

5. Сегеда, С. Основные этапы трансформации военных средств массовой коммуникации в контексте реформирования Вооруженных Сил Украины (1991–2010 гг.) – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_38/.../L12_doc.pdf
6. Клубань, А., Король, В., Кошель, И., Ярцев В. Честь! (История одного курса) / А. Клубань [и др.]. – Киев, 2011.// журнал «Атлантическая панорама». С. 415
7. Клубань, А., Король, В. Журналисты стреляют не пулями / А. Клубань [и др.]. – Киев: Вып. Издат. дом «Прес-КИТ», 2012. – С. 182.

Олесь Гоян, Вита Гоян

Институт журналистики

Киевского национального университета им. Т. Шевченко

(Украина)

ОСОБЕННОСТИ СТУДЕНЧЕСКОГО ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ УКРАИНЫ

Студенческое телерадиовещание – это телевидение и радио, организованное и созданное студентами для студентов. Сейчас мы наблюдаем определенную системность, структурированность этого типа вещания, а, следовательно, есть смысл говорить о его специализации и формате. А еще о перераспределении телерадиоэфира не только по политическим или финансовым влияниям, но и по новым коммуникационным возможностям СМК, новым векторам самореализации. Особенно это заметно в молодежном секторе: молодежь в различных сферах социальной жизни стремится быть первой, что не может не сказываться на развитии того или иного рынка труда. Это касается и медиарынка, круг профессиональных субъектов которого расширяется, в частности благодаря студенческим телерадиовещателям.

Профессиональные телерадиокомпании работают на своего зрителя и слушателя, четко придерживаясь специализации, верстки программ, формата вещания – тогда будет успех, прибыль и признание. Студенческое радио и телевидение, которое еще недавно ассоциировали только с учебными лабораториями специализированных учебных заведений, имеет реальные перспективы, поскольку ориентировано на «свою» достаточно влиятельную аудиторию. Слушатели и зрители студенческих медиа – это люди молодого возраста, вооруженные современными знаниями, умеющие быть конкурентными, инициативными, прагматичными.

Тема студенческих медиа актуальна для социальных коммуникаций, о чем свидетельствуют, в частности, первые научные

исследования, посвященные студенческому телерадиовещанию. Исследователи отмечают: «Студенчество неоднородно как по своему социальному составу, так и по положению или ценностным ориентирам. Современные студенты нацелены на карьерный рост, высокий социальный статус, экономический успех. С другой стороны, современная молодежь обладает широким кругом интересов и огромными возможностями, а также потенциалом для их реализации. Однако не каждый студент знает о том, как реализовать свой творческий и интеллектуальный потенциал... Студенческое радио (а также телевидение, – авт.) может стать своеобразным проводником в студенческой жизни, площадкой, которая объединяет студентов, местом, где они могут обмениваться мнениями, решать проблемы, определять свои дальнейшие жизненные ориентиры» [1]. Итак, речь идет о корпоративности целевой аудитории, а это важная характеристика для любого типа мультипликаторов.

Студенческое телерадиовещание становится инструментом реализации стратегии университета (института, колледжа) и его корпоративных задач. Наконец, имея студенческую телекомпанию или радиостанцию, администрации легче и проще поддерживать контакты со студентами и абитуриентами, привлекать партнеров, проводить международное сотрудничество, налаживать связи с общественностью. Студенческий телерадиоэфир – это и обучение, и паблик рилейшнз проектов и их исполнителей, и трамплин к профессиональному телерадиовещанию. Хотя не стоит в этой ситуации прибегать к сравнительной характеристике студенческих медиа и, например, успешных коммерческих телерадиоканалов: вещатели имеют разные задачи и разную аудиторию.

Студенческое телерадиовещание онлайн имеет неплохие шансы на охват аудитории, поскольку молодежь, как правило, немало свободного времени тратит на социальные сети, информационные или развлекательные порталы. Онлайн-вещание не предполагает значительных финансовых резервов, что позволяет с минимумом программного обеспечения достичь максимальной эффективности. Причем число студенческих телерадиостанций и телерадиостудий (по данным национальных и зарубежных интернет-исследований) постоянно увеличивается. Растет и количество специализированных тренингов и семинаров для студентов, которые пытаются создавать качественный телерадиопродукт.

Еще одной важной составляющей студенческого телерадиовещания онлайн является то, что оно, не имея главной целью получение прибыли, реализует основные функции профессионального

телевидения и радиовещания: информирование, просвещение и развлечение. И эти функции вполне адекватны для тех, кто учится – получать знания, т. е. дополнительную информацию; развивать эрудицию, т. е. познавать мир; не забывать о возрастных особенностях, т. е. обучаясь – отдыхать и развлекаться.

Сейчас стоит шире рассматривать границы целевой аудитории студенческого телерадиовещания. Поэтому можно согласиться с мнением журналиста и медиаэксперта Андрея Куликова, который считает, что «студенческое радио – это не то, что делают студенты для студентов, оно для всех» [2]. Бесспорно, студенты составляют подавляющее большинство телезрителей или радиослушателей такого типа вещания. Потенциальной аудиторией также есть школьники – будущие абитуриенты, которые планируют поступать в тот или иной вуз, а значит, узнают больше с помощью онлайн. Это также выпускники, которые вспоминают свои студенческие годы, или просто те, кого привлекает формат или специализация вещания.

Одной из особенностей радиоформата и телеспециализации «college», который еще называют «campus» [3] является своеобразная универсальность. Формат характерен не только для студенческого сообщества, избравшего за профессию телерадиожурналистику или телерадиоискусство. Он помогает будущим медикам или экономистам, историкам или юристам с одной стороны – выделить онлайн «свою» аудиторию, с другой – рассказать всем о себе.

Сейчас в Украине работают такие студенческие радиостанции, радиостудии и радиопроекты: ОСТрадіо (Национальный университет «Острожская академия», г. Острог), Радіо-УКУпощі (Украинский католический университет, г. Львов), Студентське радіо (Харьковский Институт экономики рыночных отношений и менеджмента, г. Харьков), Наша хвиля (Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого, г. Черкассы), Радіо-Квіт (Национальный университет «Киево-Могилянская Академия», г. Киев), Радіо-КПІ (Национальный технический университет «Киевский политехнический институт», г. Киев), Радіо-UNiverse (Запорожский национальный университет, г. Запорожье), Радіо БАТІ (Бережанский агротехнический институт НАУ Украина, г. Бережаны), Радіо-Юнітон (Винницкий государственный педагогический университет имени Михаила Коцюбинского, г. Винница), Радіо SIA-FM (Белоцерковский национальный аграрный университет, г. Белая Церковь), Радіо Savuch-FM (Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический университет имени Григория Сковороды, г. Переяслав-Хмельницкий), Радіо-АГРО (Днепропетровский

государственный аграрный университет, г. Днепропетровск), Хви-
линка НАУ (Национальный авиационный университет, г. Киев),
Радіо-СумДУ (Сумской государственный университет, г. Сумы),
Студентське радіо Житомирского государственного университета
имени Ивана Франко (г. Житомир), Мариупольского государствен-
ного университета (г. Мариуполь), Таврического национального
университета имени В.И. Вернадского (г. Симферополь), Львовско-
го национального университета имени Ивана Франко (г. Львов),
Востоchnоукраинского национального университета имени Влади-
мира Даля (г. Луганск).

Также стоит назвать телеканалы, телестудии и телепроекты:
Стефаник-ТВ (Прикарпатский национальный университет имени
Василия Стефаника, г. Ивано-Франковск), НУК-ТВ (Национальный
университет кораблестроения имени адмирала Макарова, г. Нико-
лаев), Med-TV (Ивано-Франковский национальный медицинский
университет, г. Ивано-Франковск), СТБ – ІФНТУНГ (Ивано-Фран-
ковский национальный технический университет нефти и газа,
г. Ивано-Франковск), ХІІІ-online (Национальный технический
университет «Харьковский политехнический институт», г. Харь-
ков), Телестудия ЛДІКМ, программа «Студень» (Луганская госу-
дарственная академия культуры и искусств, г. Луганск), ТАК-ТВ
(Колледж прессы и телевидения, г. Николаев), Юніверс-ТВ (За-
порожский национальный университет, г. Запорожье), ІМВ-ТВ
(Институт международных отношений Киевского национально-
го университета имени Тараса Шевченко, г. Киев), StudTimes-TV
(Винницкий национальный технический университет, г. Винни-
ца), ЖДТУ – ТВ (Житомирский государственный технологический
университет, г. Житомир), КІІ-ТВ (Национальный технический
университет «Киевский политехнический институт», г. Киев), Сту-
дентське телебачення Харьковского национального университета
имени В.Н. Каразина (г. Харьков), Николаевского национального
университета имени В.А. Сухомлинского (г. Николаев), Нацио-
нальной юридической академии имени Ярослава Мудрого (г. Харь-
ков), Сумского государственного университета (г. Сумы), Каменец-
Подольского национального университета имени Ивана Огиенко
(г. Каменец-Подольский), Прикарпатского юридического инсти-
тута Львовского государственного университета внутренних дел
(г. Львов), Черноморского государственного университета имени
Петра Могилы (г. Николаев), Одесского национального морского
университета (г. Одесса), Национального педагогического универ-
ситета имени М.П. Драгоманова (г. Киев), Белоцерковского нацио-
нального аграрного университета (г. Белая Церковь).

Итак, большинство высших учебных заведений в Украине, которые развивают студенческие телерадиовещательные проекты, не имеют намерений готовить профессиональных телерадиожурналистов.

Такая ситуация с форматом или специализацией College (или campus) вполне понятна, поскольку сами студенты, как правило, являются руководителями, менеджерами различных звеньев, журналистами, операторами, режиссерами, наконец, большей частью целевой аудитории такого типа вещания. Пытаясь проявить себя во многих отраслях той или иной профессии, они стремятся в телерадиоэфире как можно быстрее предложить что-то свое, оригинальное. И ... начинают выбирать из того, что уже есть в наличии. А выбор, как правило, один и тот же.

Касательно радио: радиостанции разделяют на две форматные категории – разговорные и музыкальные. Основной спецификой разговорных форматов является преобладающее соотношение информационных, информационно-аналитических, информационно-развлекательных и аналитических программ над музыкальным контекстом. Это форматы «All News» («Все новости»), «Talk» («Разговорное радио»), «Financial» («Радио финансовой, экономической и биржевой информации»), «Public» («Общественное радио»), «Children's» («Радио для детей»), «Ethnic» («Радио для национальных сообществ») и «All Sport» («Весь спорт»). К музыкальным принадлежат форматы, в которых судьба музыкального контекста является определяющей по сравнению с разговорным (информационным). Это основные музыкальные форматы, рассчитанные на достаточно большие аудитории («AC», «CHR», «National CHR», «EHR», «MOR», «Heart of Rock», «Oldies», «Nostalgia», «Easy Listening», «Soft Spectrum», «Shanson»), и специализированные форматы, рассчитанные на отдельную аудиторию слушателей («Heart of the Seventies», «Alternative», «Urban Contemporary», «Swing Era», «Natural Sound», «AC Christian», «Natural Sound», «NAC/SJ», «Classical», «Modern Drive», «Spanish») и т. д. Применительно к телевидению, более подходит понятие специализации канала, к которым относятся информационные, познавательные, развлекательные (музыкальные, спортивные, мотивационные, детские и др.) каналы.

Авторские программы или проекты, в которых сочетается информационное вещание с отдельным разговорным и музыкальным контекстом, реализуются как отдельные радиостанции или телеканалы. Почти все они работают онлайн, следовательно имеют определенные особенности построения плей-листа или верстки. Глав-

ное, что их объединяет – это корпоративность тематики в рамках одного вуза, что, с одной стороны, позволяет четко выделить целевую аудиторию и с другой – несколько ограничивает ее.

Стоит также обратить внимание на концептуально отличный студенческий телерадиопроект – медиаплатформу Campus Radio Ukraine и Студент-TV. Campus Radio Ukraine. Это всеукраинское студенческое интернет-радио формата college, которое стартовало онлайн из серверов Киевского национального университета имени Тараса Шевченко 16 ноября 2010 г. Студент-TV заработал онлайн через год, 16 ноября 2011 года с программным наполнением Института журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко с серверов партнерской медиакомпания. Информационные, познавательные и развлекательные телерадиопроекты на совместной медиаплатформе объединяют аудиторию вокруг общих студенческих проблем, фактически, студенты всей Украины могут вещать на одном сайте. В этом и заключается отличие данного проекта от тех, которые характерны для большинства высших учебных заведений Украины. Важным аспектом деятельности медиаплатформы Campus Radio Ukraine / Студент-TV является и фестивальное движение, которое с 2013 г. реализуется как Всеукраинский фестиваль телерадиопрограмм «Студентський МІКС» [4].

Итак, для того, чтобы сделать определенное открытие в той или иной отрасли, необходимо иметь достаточный уровень знаний, время и терпение. Однако молодежь стремится получить как можно больше, как можно скорее. В результате слышим и видим радиостанции и телеканалы, которые «уже где-то когда-то были», потому что ориентированы они только на одного зрителя или слушателя – их автора.

Однако можно выделить и позитив: студенты познают азы профессии на материале, который уже получил признание и составляет основу профессии. Вполне естественно, что верстка студенческого телеканала или форматирование радиоэфира объединяет большинство известных форматов или специализаций. Но не все, кто берется за создание чего-то «своего» в телерадиоэфире, понимают, что творческий эксперимент должен опираться на профессиональную базу. А этому тоже надо учиться, серьезно и постоянно.

Опыт организации и ведения студенческого телерадиоэфира, несомненно, пригодится в жизни. Быть первым и лучшим как журналист, режиссер, оператор, ведущий – это не только успех в эфире. Это мастерство побеждать. Поэтому знание современных вещательных технологий, специфики медиамаркетинга и медиаменеджмен-

та, наконец, приобретенные коммуникационные навыки, помогут стать первым и лучшим в любой профессии и достичь успеха в любой общественной сфере.

Литература

1. Колесникова, А.В. Типологическая характеристика современного студенческого радиовещания: дис. ...канд. филол. наук: 10.01.10. – Тольятти, 2011. – 196 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/tipologicheskaya-kharakteristika-sovremennogo-studencheskogo-radioveshchaniya#ixzz2Gzahj4K7>
2. Куликов Андрей про студентське радіо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=JF6yFoybzxk>
3. Campus Radio. From Wikipedia, the free encyclopedia [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://en.wikipedia.org/wiki/Campus_radio
4. Оголошено прийом робіт Всеукраїнського фестивалю телерадіо-програм «Студентський МІКС» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.telekritika.ua/news/2013-01-11/78084>

Александр Градюшко

Белорусский государственный университет

ПОРТАЛЫ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОЙ ВЕБ-ЖУРНАЛИСТИКИ БЕЛАРУСИ

Портал представляет собой крупный сайт, объединяющий различные универсальные сервисы. В их перечень, как правило, входят новости, форум, торговая площадка, частные объявления, почта, поиск и другие разнообразные сервисы. По мнению российского ученого Е.Н. Коротковой, медиапортал является интегрированной платформой передовых телекоммуникационных технологий по предоставлению потребителю необходимой и достаточной информационной выборки медиаисточников по принципу «максимум полезной информации в минимально возможную единицу времени» [4].

Проанализируем становление и эволюцию порталов в системе современной веб-журналистики Беларуси, а также их проблематику. Первым белорусским порталом был Open.by, который открылся 15 июля 1999 г. Но эта идея не нашла полной реализации, поскольку Open.by являлся, скорее, дайджестом прессы. Самостоятельных журналистских материалов там было не очень много. Проект существует и сегодня. Правда, по популярности он значительно уступает другим белорусским интернет-СМИ.