

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЦЕНТР ЗАОЧНОЇ, ДИСТАНЦІЙНОЇ ТА ВЕЧІРНЬОЇ ФОРМ НАВЧАННЯ

*Кафедра журналістики та філології*

**СТУДЕНТСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ**

**The college television: features of development**

Кваліфікаційна робота  
освітнього рівня «бакалавр»  
студентки спеціальності  
«Журналістика»,  
освітньої програми «Журналістика»,  
групи ЖТз–61с  
**Зудіної Ангеліни Олександрівни**

Науковий керівник:  
**Сипченко Інна Володимирівна,**  
доц. каф. журналістики та філології,  
канд. наук із соц. ком.

Зудіна А. Студентське телебачення: особливості розвитку [Текст]: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавр ; спец. : 061 – журналістика / А. Зудіна; наук. керівник І. В. Сипченко. – Суми : СумДУ, 2020. – 26 с.

У роботі представлено дослідження особливостей розвитку студентського телебачення.

Ключові слова: телебачення, студентське телебачення.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ.....	4
1.1. Студентське телебачення: історіографія дослідження.....	6
1.2. Понятійно-категоріальний апарат роботи.....	9
Висновки до розділу.....	10
РОЗДІЛ 2. СТУДЕНТСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ В МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ.....	12
2.1. Студентське телебачення України: загальний огляд.....	12
2.2. Тенденції розвитку студентського телебачення.....	13
Висновки до розділу.....	18
ВИСНОВКИ.....	19
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	23

## ВСТУП

На сьогодні мас-медіа стали невід'ємною частиною будь-якої організації. Зокрема без них важко уявити сучасний заклад вищої освіти.

Студентські телевізійні студії стали окремим медіасегментом, оскільки транслюють інформацію, що відмінна від контенту регіональних чи загальнонаціональних телекомпаній. Відмінним є і «штат», який створює цей контент, і трансляція інформації.

Останнім часом з'являється все більше праць, що присвячені вивченню вищезазначеного медійного сегмента. Це, наприклад, роботи С. Говердовської-Привезенцової [3; 4], В. Гоян та О. Гоян [5; 6], І. Карімова [8], Є. Острівної [12; 13], О. Проніна [15], А. Строцької [18], А. Тернової [20] та ін. Проте вони не дають загальної картини того, які ж тенденції спостерігаються в розвитку студентського телебачення.

Отже, дослідження особливостей розвитку, функціонування студентського телебачення в Україні є вкрай **актуальним**.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Бакалаврська робота виконана у межах наукової теми кафедри журналістики та філології Сумського державного університету «Особливості формування національного інформаційного простору України: від радянської системи ЗМІ до демократичної моделі» (номер державної реєстрації 0115U001713). Внесок автора полягає в дослідженні особливостей, тенденцій функціонування студентського телебачення України.

**Мета** роботи полягає у дослідженні тенденцій функціонування студентського телебачення як окремого медіасегмента.

Досягнення поставленої мети вимагає виконання таких **завдань**:

- систематизувати теоретичні розвідки, що стосуються дослідження студентського телебачення;
- визначити понятійно-категоріальний апарат використовуваних термінів;

- здійснити загальний огляд студентських телестудій;
- окреслити тенденції розвитку студентського телебачення.

*Об'єктом* нашого дослідження є студентські телевізійні медіа.

*Предмет* дослідження – тенденції функціонування студентського телебачення України.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає в тому, що вперше системно досліджено тенденції розвитку такого різновиду медіа, як студентське телебачення.

**Практичне значення** отриманих результатів полягає в тому, що матеріали дослідження можуть бути використані під час викладання такої дисципліни, як «Телерадіовиробництво» (змістовий модуль «Телевиробництво»), а також можуть знадобитися в практичній діяльності студентських телевізійних студій.

**Структура та обсяг роботи.** Бакалаврська робота складається зі вступу, двох розділів, списку використаних джерел (21 позиція). Загальний обсяг роботи – 26 сторінок.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ

### 1.1. Студентське телебачення: історіографія дослідження

Останнім часом одним із найактивніших гравців на медійному ринку закладів вищої освіти є так зване студентське телебачення.

Незважаючи на те що студентські телевізійні медіапроекти набули популярності, стали окремим медійним сегментом, вони й досі залишаються поза увагою медіадослідників. На сьогодні маємо лише незначну кількість робіт, в яких описується досвід роботи таких медіаутворень.

Варто констатувати, що найменшу кількість праць, де досліджується студентське телебачення, становлять розвідки українських науковців. Науковці розкривають різні аспекти функціонування студентських телевізійних студій.

В. Гоян та О. Гоян у статтях «Студентське телебачення і радіо в Україні: формування нового медіа ринку» [5] та «Студентське телерадіомовлення в контексті розвитку медіаринку: український досвід» [6] зупиняються на розкритті діяльності не лише студентських телемовників, а й радіомовників.

Науковці роблять огляд ринку студентських телеканалів. А також акцентують увагу на роботі інтернет-радіо Інституту журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка «Campus Radio Ukraine», яке останнім часом на своєму сайті розміщує й телевізійні студентські проекти.

Окрему групу становлять праці, в яких розкривається досвід роботи студентських телевізійних студій на базах тих чи інших закладів вищої освіти. Саме такій темі присвячені статті А. Строцької «Творчий проект на студентському телебаченні «Franko TV» (на прикладі програм «Розfocus» і «Франко без ретуші»)» [18] та А. Тернової «Телевізійна студентська студія:

особливості функціонування та її роль у підготовці студентів-телевізійників» [20].

А. Строцька розкриває особливості функціонування студентського телеканалу «Franko TV», що діє на базі Львівського національного університету імені Івана Франка. Зокрема акцентує увагу на специфіці створення проєктів «Rozfocus» і «Франко без ретуші».

А. Тернова розповідає про особливості діяльності студентської телестудії «Юніверс-ТБ», що діє на базі Запорізького національного університету, – її технічне оснащення, кадровий потенціал, контент тощо.

Цікавою, на нашу думку, є стаття Ю. Козир та М. Корж «Просування студентських телевізійних проєктів у соціальній мережі Facebook», в якій розглянуто тактики просування студентських телевізійних проєктів у Facebook [10]. Проте розвідка більше стосується маркетингових стратегій, а не журналістичнознавчих підходів до вивчення розглядуваного медійного сегмента.

Зазначимо, що найбільшу кількість праць зарубіжних учених-журналістичнознавців (білоруських, російських, польських) становлять праці, де розкривається особливість студентського телебачення на прикладі конкретних медіа. До таких робіт належать праці С. Василевського [1], І. Карімова [8], Є. Кемлера [9].

У статті С. Василевського розкрито особливості діяльності студентської телевізійної студії «БГУКИ TV», що функціонує на базі Білоруського державного університету культури та мистецтв. Зокрема автор зосереджує увагу на аудиторних характеристиках медіа, його функціях тощо.

Про діяльність студентських телеканалів ЮУрГУ та UNIVERSMOTRI йдеться в статті російського журналістичнознавця І. Карімова. Окрім огляду діяльності вищезазначених медіа, науовець акцентує увагу й на такому аспекті, як створення асоціації університетських телемовників.

Історії становлення та основним принципам діяльності студентського інтернет-телебачення «iTV» присвячено статтю російського медіадослідника Є. Кемлера.

Окрім вищезазначеної теми, медіа дослідники розглядають інші проблеми.

А. Величко торкається такого питання, як студентське інтернет-телебачення [2].

Історії студентського телебачення та функцій, що виконують такі медіа, присвячені статті С. Говердовської-Прівезенцевої «Университетское телевидение и его миссия» [3] та «К вопросу о миссии университетского телевидения» [4]. Розглянувши усі ті принципи, що сповідують телестудії, які функціонують на базах закладів вищої освіти, науковець робить висновок, що вони мають переростати межі нинішнього призначення. Автор пропонує об'єднуватися таким телестудіям і виходити на медійний ринок як єдиний гравець.

Є. Острівная розглядає формати телемовників, які функціонують на базі закладів вищої освіти, умови навчання майбутніх спеціалістів медіа галузі [12], пропонує модель студентського телебачення [13].

Окреме місце в системі досліджень належить праці А. Проніна «Студенческое телевидение за рубежом: из опыта Великобритании» [15]. Автор розповідає історію створення студентського телебачення у Великій Британії, дає характеристику його сучасного стану, аналізує роботу деяких таких медійних організацій, розбирає принципи їхньої діяльності.

Отже, на сьогодні студентське телебачення залишається одним із найменш досліджених медійних сегментів. Проте воно потребує осмислення, опису, бо це дасть можливість зрозуміти, наскільки такі медіа потрібні, який контент вони створюють, яким шляхом розвивають свою медійну діяльність.



## 1.2. Понятійно-категоріальний апарат роботи

Дослідження особливостей розвитку студентського телебачення неможливе без розуміння самого поняття «студентське телебачення», яке є домінуючим у нашому дослідженні.

Як уже зазначалося, поняття «студентське телебачення» з'явилося не так давно. Проблема визначення цього поняття полягає в тому, що вищезазначене медійне утворення ще досить молоде, воно не осмислене комплексно.

Ускладнює розуміння поняття «студентське телебачення» використання терміна «університетське телебачення». Так, наприклад, терміном «університетське телебачення» послуговуються С. Говердовська-Прівезенцева [3; 4], І. Карімов [8], Т. Самотойлова та Є. Семішова [16]. Хоча, за нашими спостереженнями, здебільшого медіадослідники користуються поняттям «студентське телебачення».

Часто поряд із поняттям «університетське телебачення» використовують словосполучення «корпоративне телебачення».

На нашу думку, поняття «студентське телебачення», «університетське телебачення» та «корпоративне телебачення» є в цілому тотожними, проте найширшим є термін «студентське телебачення».

В. Гоян та О. Гоян так визначають поняття «студентське телерадіомовлення»: «Студентське телерадіомовлення – це телебачення і радіо, організоване та створене студентами для студентів» [5, с. 69]. Виходячи з цього, студентське телебачення – це телебачення, яке створили студенти й основною аудиторною групою якого також є студенти.

Із твердженням В. Гоян та О. Гояна погоджується й А. Строцька [18].

Звичайно, основною цільовою аудиторною групою студентського телебачення є студенти, проте контент такого медіа може також бути цікавим абітурієнтам, працівникам закладів вищої освіти, партнерам навчального закладу.

Виходячи з розглянутих нами ознак студентського телебачення, можна говорити про те, що студентське телебачення – це телебачення, контент якого створюють студенти.

Термін «університетське телебачення» є, на нашу думку, дещо вузьким, оскільки телестудії можуть функціонувати не лише базах університетів, а й академій, коледжів тощо. Окрім того, на базах закладів вищої освіти можуть функціонувати телестудії, які працюють на широкі верстви населення, є самостійними гравцями на медіаринку. Їхній кадровий потенціал – це не студенти, а журналісти-практики.

Щодо використання відносно розглядуваного нами медійного явища словосполучення «корпоративне телебачення», то воно також є набагато вузьким, ніж термін «студентське телебачення». Д. Олтаржевський дає таке визначення корпоративних засобів масової комунікації: «Термін «корпоративні медіа» позначає різновид ЗМІ, які видаються компаніями, підприємствами, установами з метою інформаційної підтримки власного основного виду діяльності шляхом формування позитивного іміджу, обміну інформацією всередині організації між співробітниками та поширення її назовні, серед клієнтів, партнерів тощо» [11, с. 53]. Студентські телестудії часто не виконують тієї функції, яка покладена на корпоративні медіа. Вони діють як навчальні платформи, а тому транслюють той контент, що не відповідає інформаційним потребам закладів вищої освіти.

Таким чином, поняття «студентське телебачення», «університетське телебачення», «корпоративне телебачення» є синонімами, проте не абсолютними. Найширшим і найприйнятнішим для розуміння є термін «студентське телебачення».

## **Висновки до розділу**

Студентське телебачення – це окремий сегмент мас-медіа. Воно активно набирає обертів, розвивається. Незважаючи на те що цей сегмент зайняв

окрему нішу в мас-медійній практиці, він і досі залишається одним із найменш досліджених з-поміж інших медіа, контент яких творять студенти.

Під студентським телебаченням варто розуміти те телебачення, контент якого творять студенти.

Поняття «студентське телебачення», «університетське телебачення», «корпоративне телебачення» є синонімами, проте не абсолютними. Найоптимальнішим для використання розглядуваного мас-медійного явища є термін «студентське телебачення».

## РОЗДІЛ 2

### СТУДЕНТСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ В МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ

#### 2.1. Студентське телебачення України: загальний огляд

Сьогодні в Україні студентське телебачення функціонує у понад 20 закладах вищої освіти.

Це телебачення Інституту журналістики Київського національного університету ім. Т. Г. Шевченка («Студент-TV»), Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка («ІМВ-ТБ»), Львівського національного університету ім. Івана Франка («Franko TV»), Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького («Студентське ТБ ЧНУ»), Запорізького національного університету («ZNU-TV»), Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського» («КПІ TV»), Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна («UNK Блог студентів Каразіна» та «Student TV Laboratory»), Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» («ХПІ-online»), Коледжу преси і телебачення, м. Миколаїв («ТАК-ТВ»), Української академії друкарства («УАД ТВ»), Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького («Студенческое Телевидение МГПУ»), Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, («НУК-ТВ»), Запорізького національного університету («Юніверс-ТБ»), Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» («StudlifeTV»), юридичного факультету Тернопільського національного економічного університету («UFTV»), Херсонського державного університету («Stud TV»), Житомирського державного університету імені Івана Франка («ZStudent TV»), студентської ради Дніпропетровського національного університету ім. Олеся Гончара («ГончарTV»), Тернопільського національного технічного університету імені

Івана Пулюя («TNTU TV»), кафедри журналістики та філології Сумського державного університету «СтудTV «11 поверх» та Машинобудівного коледжу Сумського державного університету «МашТВ».

## **2.2. Тенденції розвитку студентського телебачення**

Телестудія «Студент-TV», яка функціонує на базі Інституту журналістики Київського національного університету ім. Т. Г. Шевченка, почала свою діяльність у 2011 році. Раніше вона транслювала контент, який був створений студентами різних закладів вищої освіти, наразі ж транслює лише власну відеопродукцію. Матеріали студентського телебачення «Студент-TV» розміщені частково на сайті CAMPUS RADIO UKRAINE (<http://campusradio.univ.kiev.ua/student-tv>) та відеохостингу YouTube (на початок 2020 року кількість підписників становила 231 особу, канал мав більше ніж 52,5 тис переглядів). Телестудія має свою сторінку на Facebook (<https://www.facebook.com/pages/category/TV-Channel>).

Київський національний університет ім. Т. Г. Шевченка представлений ще однією студією – «ІМВ-ТВ». Це канал, який діє на базі Інституту міжнародних відносин. Контент представлений на платформі YouTube (<https://www.youtube.com/user/IirTv/videos>). На канал підписано майже 370 осіб, його перегляд становить більше ніж 113 тис.

На базі Львівського національного університету ім. Івана Франка діє студентське телебачення «Franko TV». Проект був запущений у 2013 році, створений студентами-журналістами. Відеопродукція представлена на каналі YouTube (<https://www.youtube.com/user/FrankoTV100/videos>). Станом на початок 2020 року на нього підписано більше ніж 2 тис респондентів, він має майже 700 тис переглядів. Представлене розглядуване медіа й на сторінках Facebook (<https://www.facebook.com/FrankoTV>) та Twitter ([https://twitter.com/franko\\_tv](https://twitter.com/franko_tv)).

Запорізький національний університет представлений студентським телебаченням «ZNU-TV». Відеоконтент розміщений на каналі YouTube (<https://www.youtube.com/user/private24ify/videos>). Кількість підписників каналу сягає майже 600 осіб, кількість перегляді – майже 120 тис. Окрім того, канал представлений у таких соціальних мережах, як Facebook (<https://www.facebook.com/znutv/>), Instagram ([https://www.instagram.com/znu\\_tv/](https://www.instagram.com/znu_tv/)) та Telegram ([https://t.me/s/znu\\_tv?before=58](https://t.me/s/znu_tv?before=58)).

На базі Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького функціонує «Студентське ТБ ЧНУ». Канал представлений на YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UCR8FPYw6sxj7XO\\_bW2Xa7-Q/videos?view=0&sort=dd&shelf\\_id=0](https://www.youtube.com/channel/UCR8FPYw6sxj7XO_bW2Xa7-Q/videos?view=0&sort=dd&shelf_id=0)). Кількість підписників та переглядів не зазначена. Також відеороботи представлені на YouTube-каналі кафедри журналістики ЧНУ ім. Богдана Хмельницького ([https://www.youtube.com/channel/UCZYM3QmuWbjT\\_QTQEzOjCAA/videos](https://www.youtube.com/channel/UCZYM3QmuWbjT_QTQEzOjCAA/videos)). Кількість підписників становить майже 200 осіб, кількість переглядів – майже 49 тис.

Ще один телевізійний студентський проєкт представлений Українською академією друкарства. Це студентське телебачення «УАД ТВ». Проєкт був запусканий у 2013 році. Його ініціатори та творці – студентський профком академії. Контент представлений на каналі YouTube (<https://www.youtube.com/user/UADtelevision/videos>), кількість підписників становить майже 690 осіб, наразі канал переглянуло майже 160 тис осіб.

«Студенческое Телевидение МГПУ» – це телевізійний проєкт, який створений на базі Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького. На платформі YouTube він почав функціонувати з 2018 року. Канал має майже 80 підписників та майже 4,3 тис переглядів.

У Запорізькому національному університеті діє студентська телестудія «Юніверс-ТБ». Відеоконтент «Юніверс-ТБ» розміщений на YouTube-каналі факультету журналістики ЗНУ (<https://www.youtube.com/channel/UCedke32k0qbvMUOqFXMSd7g>). На відміну від радіо цього навчального закладу,

телестудія не має окремого сайту, розвинена менш потужно. На платформі YouTube розміщено лише 12 відео, загалом вони мають 66 переглядів.

Аналогічний принцип розміщення відеоконтенту має й «СтудTV «11 поверх» Сумського державного університету. Це студентське телебачення розміщує свій доробок на YouTube-платформі кафедри журналістики та філології СумДУ.

Ще один студентський телевізійний проєкт функціонує на базі Машинобудівного коледжу Сумського державного університету. Це студентське телебачення «МашТВ». Канал має свій сайт (<https://mashtvprod.wixsite.com/mashtv>), а також розміщує матеріали на YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCdt9wzFjAToxOv0YXRSmVnA>), кількість підписників якого становить 165 осіб та має більше ніж 13,2 тис переглядів. «МашТВ» також представлений на Facebook (<https://www.facebook.com/mashtvproduction/>) та в Instagram ([https://www.instagram.com/mashtv\\_ua/?igshid=izepemrkwkbyi/](https://www.instagram.com/mashtv_ua/?igshid=izepemrkwkbyi/)).

Студентське телебачення «НУК-ТВ» презентує такий заклад вищої освіти, як Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова. Канал представлений на YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UChNHCKxWMFN9uB50tAqtOfA>), наразі має айже 340 підписників, та на сторінці Facebook (<https://www.facebook.com/nuos.tv/>).

«StudlifeTV» – студентське телебачення Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». Контент каналу розміщений на платформі YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCtrtJtNemlyqZwS2kR7Fqrg>). Він має 49 підписників. останнє оновлення контенту датується 2018 роком.

Своє телебачення має юридичний факультет Тернопільського національного економічного університету – «UFTV». Канал має 320 підписників та 65,5 переглядів на YouTube. Також розміщує матеріали на

сторінках Facebook (<https://www.facebook.com/UFTVTNEU>), Instagram (<https://www.instagram.com/uftvtneu/>), Twitter ([https://twitter.com/UFTV\\_TNEU](https://twitter.com/UFTV_TNEU)).

На базі Херсонського державного університету функціонує студентське телебачення «Stud TV». Медіа має свій сайт (<http://studtv.kspu.edu/>), розміщує доробок на платформі YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UCtFMjuN3j9gZptb\\_zskkm8Q](https://www.youtube.com/channel/UCtFMjuN3j9gZptb_zskkm8Q)), кількість підписників якої становить майже 70 осіб.

Житомирський державний університет імені Івана Франка представлений студентським телебаченням «ZStudent TV». Канал розміщує контент на платформі YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UCtFMjuN3j9gZptb\\_zskkm8Q/videos](https://www.youtube.com/channel/UCtFMjuN3j9gZptb_zskkm8Q/videos)). Наразі кількість його підписників становить майже 90 осіб, а кількість переглядів – майже 7 тис. Канал також має сторінку у Facebook (<https://www.facebook.com/ZStudent-TV-1039074836251835/>).

«ГончарTV» – це телебачення студентської ради Дніпропетровського національного університету ім. Олесь Гончара. Канал розміщує контент на YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCmxeXQM5hfJ7eb-tjWEucyw>), кількість підписників якого становить майже 920 осіб. Також деякі роботи розміщені на сторінках Instagram (<https://www.instagram.com/gonchartv/>) та Facebook (<https://www.facebook.com/Gonchar.TV.DNU/?fref=ts>).

Має студентське телебачення й Коледж преси і телебачення (м. Миколаїв). Їхнє медіа називається «ТАК-ТВ». Відеоконтент телебачення розміщений на YouTube. Наразі канал має майже 445 підписників та більше ніж 142 тис переглядів. Має канал й сторінку в мережі Facebook (<https://www.facebook.com/pages/category/TV-Channel>), де розміщує контент із каналу YouTube. Особливістю цього медіа є те, що воно має ліцензію на супутникове мовлення.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя реалізує проєкт студентського телебачення «TNTU TV». Канал має більше ніж 450 підписників та більше ніж 81,1 тис переглядів. Він також представлений в



Instagram (<https://www.instagram.com/tntutv/?hl=uk>), Facebook (<https://www.facebook.com/groups/1743473565903235/>).

Суттєво відрізняється від розглянутих нами студентських телестудій телевізійний проєкт, створений студентами Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського» – «КРІ TV». На відміну від інших, цей канал організований не студентами-журналістами. Це так зване незалежне студентське телебачення. Телебачення спрямоване на висвітлення проблем не лише університету, а й молоді Солом'янського району та Києва. Канал представлений на платформі YouTube (<https://www.youtube.com/user/theKpiTV/videos>) і має майже 6,5 тис підписників та більше ніж 3 600 000 переглядів. Окрім того, представлений на Facebook (<https://www.facebook.com/kpityv/>), Instagram (<https://www.instagram.com/kpityv/?hl=uk>) та Telegram (<https://web.telegram.org/#/im?p=@kpityv>).

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» представлений студією «ХПІ-online». Контент каналу розміщений на YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCJgyRplGs-9O6EFiqhMJIQ/videos>). «ХПІ-online» має майже 690 підписників та більше ніж 171 тис переглядів. Також представлений в Telegram.

Дві студентські телестудії функціонують на базі Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Це «UNK Блог студентів Каразіна» та «Student TV Laboratory». Перший функціонує як загальноуніверситетський студентський телевізійний канал, другий – це проєкт навчальної телестудії кафедри журналістики ХНУ імені В. Н. Каразіна.

«UNK Блог студентів Каразіна» представлений на платформі YouTube (<https://www.youtube.com/user/UNKTVblog/videos>), має більше ніж 2,7 тис підписників та більше ніж 1 млн переглядів.

«Student TV Laboratory» транслює свій контент на YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UC\\_oAkxeJSvjJtjbvE3SUGcg/videos](https://www.youtube.com/channel/UC_oAkxeJSvjJtjbvE3SUGcg/videos)), на канал підписано лише 38 осіб, кількість переглядів становить 8,2 тис. деякий

доробок можна переглянути й на Facebook-сторінці (<https://www.facebook.com/studtvlab/>).

Отже, як бачимо студентське телебачення має місце в інформаційному просторі України.

### **Висновки до розділу**

На сьогодні в Україні функціонує більше ніж двадцять студентських телевізійних студій.

Вони розміщують свій контент на різних платформах, найголовнішою з яких є відеохостинг YouTube.

Телевізійні студентські майданчики виконують різні функції – від інформування про життя і діяльність закладів вищої освіти, окремих структурних підрозділів, як на навчальні платформи, як цілісні самостійні медіа.

## ВИСНОВКИ

Студентське телебачення – це окремий сегмент на медійному ринку України.

Незважаючи на те що студентське телебачення стало частиною мас-медійного простору, воно ще недостатньо вивчене, осмислене журналістикознавцями. У теорії журналістикознавства є лише кілька праць, де вивчається студентське телебачення.

Усі розвідки умовно можна поділити на кілька груп. Це праці, де дається загальне уявлення про студентське телебачення, його роль, аспекти роботи; описуються конкретні приклади; розкриваються тактики просування телевізійних каналів у соціальних мережах; розкривається історія становлення студентського телебачення, дається порівняльний аналіз студентських телевізійних студій у різних країнах; робиться загальний огляд форм студентських телевізійних каналів. Найбільшу кількість становлять розвідки, де описується досвід роботи конкретної студентської телевізійної студії.

Одним із важливих питань у рамках дослідження є вивчення понятійно-категоріального апарату.

У практичній частині мас-медійної діяльності використовується поняття «студентське телебачення». Його також найчастіше вживають і журналістикознавці. Проте у теоретичних працях можна натрапити й на словосполучення «університетське телебачення» та «корпоративне телебачення».

На нашу думку, вищезазначені поняття є синонімами, проте не абсолютними. Найширшим є поняття «студентське телебачення».

Поняття «університетське телебачення» є вужчим, оскільки не всі студентські студії можуть бути створені студентами, які навчаються в університетах. Є студії, контент яких створюють студенти окремих кафедр, коледжів.

Поняття «корпоративне телебачення» більше стосується тих телевізійних студій, які працюють на імідж навчального закладу. Проте є студентські телевізійні студії, які не виконують іміджетворчу функцію, вони не підпорядковані навчальним закладам.

Під студентським телебаченням розуміємо телебачення, яке створене студентами, наповнюється ними контентом та транслюється в першу чергу для студентів.

Дослідження медійного ринку показало, що наразі в Україні діє більше 20 телевізійних студентських каналів. У порівнянні з кількістю навчальних закладів це невелика кількість. Але, зважаючи на складність виготовлення відеоконтенту, дороговартісність обладнання, яке необхідне для створення відеопродукції, можемо говорити про достатньо велику кількість.

Варто зазначити, що більшість телевізійних студій функціонує на базі тих навчальних закладів, де провадять підготовку фахівців за спеціальністю «Журналістика». І це цілком зрозуміло, бо такі телевізійні навчальні студії стають майданчиком для підготовки майбутніх фахівців. Це, наприклад, «Студент-TV» Інституту журналістики Київського національного університету ім. Т. Г. Шевченка, «Franko TV» Львівського національного університету ім. Івана Франка, «Студентське ТБ ЧНУ» Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького, «Student TV Laboratory» Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, «ТАК-ТВ» Коледжу преси і телебачення (м. Миколаїв), «Юніверс-ТБ» Запорізького національного університету, «ZStudent TV» Житомирського державного університету імені Івана Франка, «СтудTV «11 поверх» Сумського державного університету та ін.

Прикметно, що такі студентські канали виготовляють здебільшого контент, який наближений за стандартами до професійних журналістських матеріалів – за етичними принципами, за жанрами, за монтажем тощо.

Переважно такі медіа виконують так звану іміджетворчу функцію, тобто їх можемо віднести до корпоративних засобів масової інформації. При цьому вони створюють контент як для кафедр, так і закладів вищої освіти.

Меншу кількість становлять студентські телевізійні канали, що створені в закладах вищої освіти, де не готують фахівців медійної справи. Це, наприклад, «ІМВ-ТБ» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка, «КРІ TV» Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського», «ХПІ-online» Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», «StudlifeTV» Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», «UFTV» – юридичного факультету Тернопільського національного економічного університету, «ГончарTV» – студентської ради Дніпропетровського національного університету ім. Олесь Гончара, «TNTU TV» – Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, «МашТВ» – Машинобудівного коледжу Сумського державного університету та ін.

Зрозуміло, що такі медіа переважно транслюють контент, який далекий від професійних стандартів (за багатьма критеріями). Це здебільшого відео розважального характеру.

З-поміж вищезазначених каналів частина належить до тих, які можна назвати корпоративними. Це ті телевізійні студії, які транслюють контент, що висвітлює діяльність закладів вищої освіти, окремих структурних підрозділів. Наприклад, це «ІМВ-ТБ» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка, «UFTV» – студентське телебачення юридичного факультету Тернопільського національного економічного університету, «ГончарTV» – телебачення студентської ради Дніпропетровського національного університету ім. Олесь Гончара.

Меншу частину становлять ті телевізійні студії, що є абсолютно самостійними. Їхній контент не спрямований на створення іміджу навчального закладу. Яскравим прикладом може бути «КРІ TV» Національного технічного

університету України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського».

Особливістю розвитку усіх студентських телевізійних каналів є те, що всі вони без винятку розміщують свій контент на платформі YouTube.

Деякі з телевізійних студентських каналів представлені на Facebook, ще менше – в Instagram та Telegram.

Кілька студентських телестудій мають власні сайти, на яких розміщують виготовлені матеріали. Наприклад, «МашТВ» – Машинобудівного коледжу Сумського державного університету.

Лише одне студентське телебачення функціонує як повноцінне медіа – має ліцензію на супутникове мовлення. Це «ТАК-ТВ» Коледжу преси і телебачення (м. Миколаїв).

Отже, студентське телебачення функціонує в різних формах, освоює ті платформи, які найближчі до їхньої цільової аудиторії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василевский С. Д. Реализации профессиональных интенций студентов Белорусского государственного университета культуры и искусств с помощью проекта университетское студенческое телевидение «БГУКИ TV» / С. Д. Василевский // Збірник наукових статей з актуальних проблем філософії, культурології, психології, педагогіки та історії «Гуманітарний корпус». – 2017. – Вип. 11. – С. 5–9.
2. Величко А. Ю. Студенческое интернет-телевидение как часть современной медиасистемы / А. Ю. Величко // Сборник статей XXII международной научно-практической конференции. – Москва: «Научно-издательский центр «Актуальность.РФ», 2019. – С. 116–117.
3. Говердовская-Привезенцева С. А. Университетское телевидение и его миссия [Электронный ресурс] / С. А. Говердовская-Привезенцева. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/universitetskoe-televidenie-i-ego-missiya>.
4. Говердовская-Привезенцева С. А. К вопросу о миссии университетского телевидения [Электронный ресурс] / С. А. Говердовская-Привезенцева // Вестник ТвГУ. Серия: Филология. – 2012. – Вып. 1. – С. 153–160. – Режим доступа : <http://eprints.tversu.ru/2074/>.
5. Гоян В. Студентське телебачення і радіо в Україні: формування нового медіаринку / В. Гоян, О. Гоян // Світ соціальних комунікацій : наук. журн. [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 10. – К. : КиМУ, ДонНУ, КПУ, 2013. – С. 68–71.
6. Гоян В. Студентське телерадіомовлення в контексті розвитку медіаринку: український досвід / В. Гоян, О. Гоян // Теле- та радіожурналістика. – 2014. – Випуск 13. – С. 31–37.
7. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посіб. / З. Є. Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.
8. Каримов И. Университетское телевидение как корпоративное СМИ и новый игрок на медиарынке [Электронный ресурс] / И. Каримов //

Телевидение и общество. Материалы Всероссийской научно- практической конференции 22–23 октября 2015 г. / Под ред. Р.В. Даутовой, Л.Р. Хузеевой. – Казань: Изд-во Казан. ун-т, 2015. – С. 6–16. – Режим доступа : [https://kpfu.ru/portal/docs/F1320047623/Televidenie.i.obschestvo\\_2015.pdf](https://kpfu.ru/portal/docs/F1320047623/Televidenie.i.obschestvo_2015.pdf).

9. Кемлер Е. Б. Интернет-телевидение Сибирского федерального университета «ITV» – особенности проектного обучения телевизионных журналистов [Электронный ресурс] / Е. Б. Кемлер // Наука и современность. Журналистика. – 2010. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-televidenie-sibirskogo-federalnogo-universiteta-itv-osobennosti-proektnogo-obucheniya-televizionnyh-zhurnalistov>.

10. Козир Ю. Просування студентських телевізійних проєктів у соціальній мережі Facebook / Ю. Козир, М. Корж // // Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти : XIII Всеукраїнська науково-практична конференція (м. Суми, 11–12 травня 2017 р.). – Суми : СумДУ, 2017. – С.

11. Олтаржевський Д. Корпоративні медіа та сучасне інформаційне суспільство / Д. Олтаржевський // Бібліотечний вісник. – 2010. – № 3. – С. 51–57. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv\\_2010\\_3\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2010_3_8).

12. Остривная Е. А. Медиаобразование в парадигме креативной экономики на примере модели студенческого телевидения [Электронный ресурс] / Е. А. Остривная // Креативная экономика. – 2018. – № 8. Т. 12. – С.1213– 1220. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobrazovanie-v-paradigme-kreativnoy-ekonomiki-na-primere-modeli-studencheskogo-televideniya>.

13. Остривная Е. А. Медиаобразование. Студенческое телевидение как образовательная модель формирования будущего мультимедиажурналиста [Электронный ресурс] / Е. А. Остривная // Тенденции развития образования: педагог, образовательная организация, общество – 2018 : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 20 сент. 2018 г.) – Чебоксары: ИД «Среда», 2018. – С. 278–280. – Режим доступа: [https://phsreda.com/ru/article/11230/discussion\\_platform](https://phsreda.com/ru/article/11230/discussion_platform).



14. Прокопчук Ф. А. Создание и сопровождение сайта студенческого телевидения "STV" НФИ КЕМГУ [Электронный ресурс] / Ф. А. Прокопчук. – Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=35337732>.
15. Пронин А. А. Студенческое телевидение за рубежом: из опыта Великобритании [Электронный ресурс] / А. А. Пронин // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2013. – № 2 (22). – С. 118–121. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/studencheskoe-televidenie-za-rubezhom-iz-opyta-velikobritanii>.
16. Самотойлова Т. А. Университетское телевидение как средство формирования корпоративной культуры студенческой молодежи [Электронный ресурс] / Т. А. Самотойлова, Е. П. Семишова // Вестник ТГУ. Гуманитарные науки. Филология и искусствоведение. – 2013. – Выпуск 8 (124). – С. 250–252. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/universitetskoe-televidenie-kak-sredstvo-formirovaniya-korporativnoy-kultury-studencheskoy-molodezhi>.
17. Сидорова Т. И. Университетское телевидение как инструмент формирования корпоративной культуры вуза [Электронный ресурс] . – Екатеринбург, 2011. – 25 с.. – Режим доступа : <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/3562/2/urgu0852s.pdf>.
18. Строцька А. Творчий проект на студентському телебаченні «Franko TV» (на прикладі програм «Rozfocus» і «Франко без ретуші») / А. Строцька // Теле-та радіожурналістика. – 2018. – Випуск 17. – С. 128–132.
19. Такий А. А. Студенческое телевидение как феномен СМИ XXI века [Электронный ресурс] / А. А. Такий // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Труды пятой юбилейной Международной научно-практической конференции. Редколлегия: А. Н. Гуда (пред.) [и др.]. Ростов-на-Дону, 14–15 сентября 2017 г. – Издательство: Ростовский государственный университет путей сообщения (Ростов-на-Дону), 2017. – С. 170–173. – Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=30343265>.

20. Тернова А. Телевізійна студентська студія: особливості функціонування та її роль у підготовці студентів-телевізійників / А. Тернова // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. – 2011. – Вип. 25. – С. 108–110.

21. Яковець А. В. Телевізійна журналістика : теорія і практика : підруч. / Яковець А. В. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 240 с.