

---

## Список використаних джерел

1. Бубукин А. Интерактивность на радио: только плюсы! [Электронный ресурс] / А. Бубукин. – Режим доступа: <http://guzei.com/radio/journal/article/inrtp.php>.
2. 2010-й в цифрах и названиях. Прямая реклама. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.telekritika.ua/comerciyna/2011-02-02/59799>.
3. ВРК прогнозує зростання медійної реклами на 23,5% у 2011 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/news/2010-12-22/58620>.
4. Юдина Е. Способы измерения аудитории [Электронный ресурс] / Е. Юдина. – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/theory/2412/>.
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступу: [http://www.mediakomitet.ru/content.php?page=mat\\_publ\\_arch\\_view&id=217](http://www.mediakomitet.ru/content.php?page=mat_publ_arch_view&id=217).

In the article is done an attempt to analyse advantages and failings of the newest electronic technologies of measuring of radioaudience.

**Key words:** broadcast, radioproduction, rating, audience, audiometry.

УДК 654.197-057ю87:378.4(477.64-2)

А. І. Тернова

Запорізький національний університет

### ТЕЛЕВІЗІЙНА СТУДЕНТСЬКА СТУДІЯ: ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ЇЇ РОЛЬ У ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ-ТЕЛЕВІЗІЙНИКІВ

У статті розглядають особливості створення навчальних студентських студій у вишах, зокрема у Запорізькому національному університеті. Здійснений аналіз її матеріально-технічного оснащення, кадрового складу, специфіку функціонування, програмне наповнення молодіжних випусків, а також методів поєднання творчості і навчального процесу.

**Ключові слова:** телевізійна студія, локальна мережа, рір-проекція, нелінійний монтаж, студентські проекти, випуски новин, верстка програм.

Перехід на Болонську систему навчання спонукає до впровадження найефективніших методик викладання кожної дисципліни. Головними складниками якісної підготовки майбутніх телевізійників має бути належна наукова й технічна бази. І якщо щодо першого у цій галузі маємо низку наукових доробків як вітчизняних [4; 5; 11], так і зарубіжних [1-3; 6; 8-10] дослідників, то друге або стрімко розвивається, або потребує постійної модернізації, поновлення й відповідно – чималих витрат. Не зважаючи на фінансову труднощі сьогодення, керівництва вузів створюють мас-медійні структури, так з'являються студентські телестудії у ряді вишів м.Київ, Запорізькому національному університеті, Волинському національному університеті ім. Лесі Українки, Луганському державному інституті культури і мистецтва, Харківських юридичній академії та державній академії культури (ХГАК), Одеській національній академії зв'язку ім. О. Попова, Східноукраїнському національному університеті ім. В. Даля, Днепродзержинському державному технічному університеті тощо.

Дослідження організації роботи телестудії, як мінікомпанії, аналіз способів поєднання навчального процесу, творчості з виробництвом аудіовізуального продукту – що є *метою* нашої статті – сприятиме пошукам інноваційних методів і впровадженню їх, що є *актуальним* у формуванні нового покоління журналістів: творчомислячих, вмючих аналізувати та узагальнювати факти, аргументовано відстоювати власну точку зору, критично ставитися до джерел інформації, вмючих співпрацювати з іншими.

Як зазначає В. Гоян, телебачення необхідно розглядати у кількох площинах: «технічній – як спосіб поширення на відстані за допомогою електричних систем та електронних засобів зв'язку зображень рухомих і нерухомих об'єктів зі звуковим супроводом; професійній – як аудіовізуальний засіб масової інформації й комунікації; суспільній – як галузь науки, техніки і культури» [4, с. 48].

Для забезпечення практичних засад становлення професійної майстерності на факультеті журналістики Запорізького національного університету створено навчальну лабораторію журналістики, до складу якої ввійшли студентська радіостанція «Університет» (реорганізована 2011 р. у інтерне-радіо), прес-центр ЗНУ, газету «Запорізький університет», інтернет-портал «Пороги» та студентську телестудію «Юніверс-ТБ». Телестудія укомплектована необхідними для зйомок та монтажу обладнанням й оснащенням: відеокамери, відеомагнітофони, телевізори, комп'ютери, канопус, аудіомікшерний та відеоікшерний пульти, знімальний майданчик із рір-прекцією, освітлювальними пристроями, додатковими необхідними аксесуарами тощо. Всі комп'ютери об'єднані локальною мережею й оснащені спеціалізованими програмами, необхідними для обробки відео, звукових файлів (Adobe Audition, Adobe Premiere Pro, Master Collection CS4, Sony Vegas, Sony Sound Forge...).

---

Нові сучасні напрямки роботи навчальної лабораторії факультету журналістики підсилила участь у міжнародному проекті «Розвиток та сучасне технічне оснащення лабораторії тележурналістики ЗНУ для підвищення якості навчання студентів-журналістів» за фінансуванням Департаменту зі зв'язків із громадськістю Посольства США в Україні за програмою американського уряду «Freedom Support Act» (2006-2007 рр.), що дозволив суттєво оновити матеріально-технічну базу лабораторії та підвищити кваліфікацію співробітникам телестудії та викладачам-телевізійникам у ході низки тренінгів фахівців-практиків провідних телекомпаній м.Київ. Студенти факультету журналістики мають вільний доступ до відеообладнання, комп'ютерної техніки та в будь-який час мають змогу скористатися студійним майданчиком. Це дає змогу творчій молоді реалізувати себе у журналістській діяльності в якості авторів та створювачів власного програмного продукту. У спеціалізованих навчальних класах студії проводяться практикуми з основ студійної телезйомки, роботи у кадрі, операторської майстерності, постановки голосу, зі створення аудіовізуального продукту, проведення телеінтерв'ю тощо.

Навчальний план складено таким чином, що вже з першого курсу студенти залучаються до участі й створення новинних щотижневих випусків, які з 2004 р. транслюються локальною мережею університету. В той же час у ході навчальних, виробничих практик молоді фахівці створюють низку циклів «Україна – моя країна», «Місяцелік», «Університет очима студентів», «Студент року», «Самоврядування» та ін. Окремими молодіжними випусками є програми «О'город», «СТРУМ», «УПС», «Універ», «ЕКСПРЕС», «Око», «НЕформат» тощо. Це продукт діяльності як самих студентів, так й за безпосередньої участі викладачів та співробітників власне лабораторії (штат яких налічує всього лише 5 осіб: завідувач, редактор, інженер, оператор та лаборант). На базі телестудії готуються матеріали творчих та проблемних груп для участі у молодіжних, наукових конференціях, фестивалях, конкурсах тощо. Студентська телестудія є базою для проведення й записів круглих столів, інтерв'ю як із керівництвом вишу, так й з почесними гостями міста й університету, тренінгів із журналістами-практиками, зустрічей з відомими людьми, наукових засідань, конференцій, а також базою для проходження студентами-журналістами практик і, звичайно, для підготовки відеоматеріалів у ході написання творчих, дипломних, магістерських робіт.

Новим напрямком у роботі телестудії стало відкриття на факультеті журналістики нової спеціальності «Реклама та зв'язки із громадськістю». Низка рекламно-інформаційних, іміджевих роликів, присвячених університету та його структурним підрозділам, інші різножанрові сюжети, які забезпечують інформаційну підтримку загальноуніверситетських проектів (у поєднанні із навчальним планом) сприяє успішному проведенню профорієнтаційної кампанії. Саме на базі університетського телебачення молоді фахівці у галузі телевізійної реклами можуть розвиватись у рамках своєї професії та реалізуватись як особистості. Як показує практика, саме таке телебачення є підґрунтям для творчості, яка все частіше реалізується не лише у інтернет-мережі, а й у ефірі місцевих телеканалів.

Одним із провідних завдань телестудії є також задовольняти інформаційні потреби студентського містечка, всіх підрозділів університету та органів студентського самоуправління. Локальна мережа такого плану максимально ефективно та оперативно інформує цільову аудиторію з питань науки та освіти, суспільних та культурних заходів університету. Як студентське телебачення, телеканал повністю відповідає тематиці аудіовізуальної продукції, тому програмне наповнення каналу стосується лише студентів та всього, що пов'язане з їх життям, навчанням та може бути їм цікаве. Окремі матеріали зорієнтовані на навчально-методичні розробки. Так, наприклад, студенти виготовляють відеотренінги, присвячені певній проблемі чи темі, проводять записи майстер-класів для подальшого перегляду й аналізу, спеціальні репортажі, відеозвіти, замальовки, проводять журналістські розслідування. У такий спосіб перевіряються знання, здобуті у ході навчання, та створюється телепродукт для трансляції в ефірі мережею університету.

Звичайно, процес формування телевізійника, як і інших фахівців, є складним і довготривалим процесом та потребує як необхідної теоретичної бази знань та практичних навичок, так і «бажання» вчитися. Навички, які дають можливість майбутнім фахівцям чітко, грамотно і послідовно передавати глядачам визначенні поняття, уявлення, факти – інформацію, сприяють у подальшій роботі молодим спеціалістам. Формування основних параметрів професійної діяльності, критеріїв оцінки роботи, екранної творчості вибудовується на основі аналізу тенденцій функціонування телевізійних професій у цілому. При встановленні власних пріоритетів акцентується увага на необхідності усвідомлювати й те, що телебачення перебуває у постійному розвитку, весь час видозмінюється, доповнюється новими формами, ознаками і т.д. Проте, журналіст-телевізійник – необхідна складова для всіх форматів телевізійного мовлення. Тому студентів для майбутнього професійного становлення необхідно виробляти власні «стандарти» й, відповідно, «шукати своє місце» у сучасній телеіндустрії.

Оскільки «телебачення, за твердженням відомого журналіста Ю. Макарова, – це спорт молодого покоління» [7, с. 408], то й засвоєння всіх теоретичних аспектів та набуття практичних навичок дасть змогу майбутнім фахівцям упевнено почуватися у подальшій журналістській роботі, сприятиме визначенню власної ніші реалізації можливостей кожному студентів, а також спонукатиме до подальшого самовдосконалення набутих умінь та навичок, відповідно вимогам сучасного інформаційного простору та розвитку комунікаційних технологій.

---

## Список використаних джерел

1. Бойд Е. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Е.Бойд. – К.: Ін-т журналістики КНУ ім. Т.Шевченка, 2007. – 430 с.
2. Васильєва Л.А. Делаем новости: Учебное пособие / Л.А.Васильєва. – М.: Аспект Пресс, 2003 – // <http://evartist.narod.ru/text5/23.htm>.
3. Гаврилов К. Как делать сюжет новостей и стать медиатором / К. Гаврилов. – СПб: Амфора. ТИД Амфора, 2007. – 299 с.
4. Гоян В.В. Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми: Посібник для студентів Інституту журналістики / В.В.Гоян. – К.: КНУ, 2001.
5. Дмитровський З.Є. Телевізійна журналістика: Матеріали для вивчення основ тележурналістики / З.Є. Дмитровський. – Львів: ПАІС, 2009. – 299 с.
6. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа: Учебное пособие / А. Князев. – Бишкек: КРСУ, 2001. – 403 с.
7. Макаров Ю. Телебачення / Капелюшний А. Енциклопедія афоризмів, крилатих фраз, цитат. «Журналіст – це не професія, звання». – Львів: ПАІС, 2008. – С. 408.
8. Муратов А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 215 с.
9. Телевизионная журналистика / Г.Кузнецов, В.Цвик, А.Юровский. – 4-е издание. – М.: Высшая школа, 2002. – 272 с.
10. Ширман Р. Алхимия режиссуры. Мастер-клас! – К.: Телерадиокурьер, 2008. – 448 с.
11. Яковець А.В. Телевізійна журналістика: теорія і практика: Підручник / А.В.Яковець. – К.: Видавничий дім «Кисво-Могиллянська академія», 2007 – 240 с.

In the article the peculiarities of students work-shops formation in higher educational institutions particularly in Zaporizhzhya National University is investigated. The material and technical equipment of the work-shop, staff structure, peculiarities of operation, programme content of broadcasting for youth as well as methods of combination of creative work with educational process in the training of TV journalists were analyzed.

**Key words:** TV work-shop, local network, television equipment, rear-projection, non-linear editing, students projects, news broadcasting, programmes assembly.

УДК 070.23(477)

**С. В. Шевчук**

*Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова,  
м. Київ*

## ПРОБЛЕМИ ЖАНРОВОГО ПЛАНУВАННЯ СУЧАСНИХ РЕГІОНАЛЬНИХ ГАЗЕТ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано проблеми жанротворення та жанрового планування сучасної регіональної преси.

**Ключові слова:** інформаційні жанри, аналітичні жанри, художньо-публіцистичні жанри, жанрове планування, трансформації жанрової системи в сучасній журналістиці.

Внутрішнє реформування ЗМК, запровадження нових професійних стандартів і редакторських практик, що відбуваються протягом останніх десятиліть, докорінно змінили жанрову ієрархію преси: одні жанри (нарис, фейлетон, передова стаття, памфлет) стали менш поширеними, інші (інтерв'ю, журналістське розслідування та есе) – вийшли в лідери. Дедалі виразніше почала проявлятися тенденція до дифузії жанрів.

Проблемам модифікації жанрової системи сучасних українських газет на сьогодні вже присвячено чимало наукових досліджень. Праці В. Здоровеги [7], М. Василенка [2], О. Тертичного [10], В. Шкляра [14] дозволяють синтезувати досвід різних журналістикознавчих шкіл, виробити загальні підходи до трансформаційних процесів і пояснити вітчизняну специфіку жанротворення.

Сучасні науковці звертають неабияку увагу на значні зміни в структурі окремих жанрів – замітки (А. Івашук [8]), нарис (М. Воронова [3], Т. Стижевська [9]), рецензії (О. Харитоненко [13]), репортажу (М. Василенко [2], Н. Герасимчук [4]), анекдоту (Г. Денискіна [6]).

Однак, варто зауважити, більшість цих досліджень проводиться зазвичай на матеріалі столичних газетних видань. Винятком можна вважати праці І.Белінської [1], Ю. Фінклера [12]). Проблеми жанротворення в регіональній пресі залишаються на периферії уваги науковців. Хоча значення регіональних видань не можна недооцінювати: «Варто інколи уявляти собі основні чинники, які впливають на характер окремих періодичних видань у регіонах, формування їхнього поточного та перспективного репертуару, навіть індивідуальної творчої манери журналістів тощо. Типологія соціального попиту на пресу є специфічною для кожного територіального соціуму; основу цієї типології становить актуальна владно-партійна, політична та соціально-економічна характеристика соціуму. У цьому аспекті преса територіального соціуму – на відміну від центральної – є цілком адекватним