О. Я. Гоян,
д-р філол. наук;
Г. І. Ренська,
студентка

УДК 007: 304: 371.687

Студентське радіомовлення в Україні: уміти чути й бачити інших

У статті йдеться про формування в Україні студентського телерадіомовлення, про особливості програмування студентських радіостанцій і телестудій. Розглядається досвід мовлення Всеукраїнської радіостанції Campus Radio Ukraine і телеканалу Студент-TV, які об'єднали в одному телерадіоефірі програми, підготовлені студентами багатьох ВНЗ України.

Ключові слова: *студентське радіомовлення і телебачення, онлайн-ефір, цільова аудиторія, плей-лист, спеціалізація, формат, медіаринок.*

Сьогодні насправді легко бути Поповим, Марконі чи, наприклад, Са́рновим: будь-який школяр може презентувати онлайн «своє» радіо й телебачення. Потрібно лише правильно освоїти вже готові технології та завантажити контент, як правило, вже кручений і розкручений іншими. Сучасний софт дозволяє множити в інтернеті клоновані станції та канали, оскільки для того, щоб створити щось власне й особливе, потрібно переслухати й передивитися сотні інших. А для цього треба вміти «добре бачити і чути», щоб намагатися робити краще від того, що побачив і почув.

Студентське телерадіомовлення – саме так називають організовану й структуровану сукупність навчальних телерадіопрограм, які виготовляються студентами у навчальних закладах. «Студенти про студентів і для студентів»: ця формула успішно модифікована з молодіжного телерадіоефіру і позначає самодостатній формат чи спеціалізацію мовлення. Ще донедавна складно було говорити про системність, структуру чи організаційні характеристики такого типу мовлення. Однак із появою нових онлайн і телерадіомовних технологій, зі змінами в соціальній та економічній суспільних сферах відбувається перерозподіл телерадіоефіру не лише за політичними або фінансовими впливами, а й за новими можливостями в медіакомунікаціях і новими здатностями до самореалізації. Молодь у різних сферах соціального життя прагне бути першою, що не може не позначатися на розвиткові того чи того ринку праці. А вже коли йдеться про медіаринок і вплив на суспільство, тут конкуренція сягає суттєвих висот, адже вигравatиме той, хто передусім матиме «свою» аудиторію.

Сьогодні, спеціалізуючись на ринку, професійні телерадіокомпанії одійшли від намагань максимально охоплювати аудиторію – від дітей до пенсіонерів. Радіостанції, які шанують свій формат, уже не поставлять в одному плей-листі Пугачову і Rammstein, а поважні телекомпанії вже не верстатимуть «На добраніч, діти» перед вечірнім випуском новин. Успіх та прибуток приносить чітка орієнтованість на цільову аудиторію, насамперед на тих, хто ухвалює рішення або найближчим часом це робитиме. А це переважно люди молодого віку, які озброєні сучасними знаннями, вміють бути конкурентними на ринку, виявляють ініціативу в різних секторах економіки, соціального життя, культури та політики, намагаючись визначити власні перспективи. Тим-то студентське радіо й телебачення, яке ще донедавна асоціювали тільки з навчальними планами та методикою викладання в спеціалізованих ВНЗ, має сьогодні перспективи, оскільки зорієнтоване на «свою», достатньо впливову, аудиторію.

Варто почати з того, що вже написані перші наукові праці про студентське телерадіомовлення, в яких ідеться, наприклад, про те, що «студентство сьогодні неоднорідне як за своїм соціальним складом, так і за матеріальним становищем чи ціннісними орієнтирами. Сучасні студенти націлені на кар'єрне зростання, високий соціальний статус, економічний успіх. З другого боку, сучасна молодь володіє широким спектром інтересів і величезними можливостями, а також потенціалом для їх реалізації. Однак не кожен студент знає про те, як реалізувати свої творчі та інтелектуальні здібності... Студентське радіо (а також телебачення, – *авт.*) 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» [1]. Отже, йдеться про корпоратив-

© Гоян О. Я., Ренська Г. І., 2013

ність цільової аудиторії, а це важлива характеристика для будь-якого типу мультиплікаторів.

Отже, студентське телерадіомовлення стає інструментом реалізації стратегії вишу та його корпоративних завдань. Зрештою, маючи студентську телекомпанію чи радіостанцію, адміністрації ВНЗ легше й простіше контактувати зі студентами та абітурієнтами, залучати партнерів до управління, провадити міжнародну співпрацю, загалом налагоджувати зв'язки з громадськістю. Вузівський телерадіоефір – це можливість не лише навчання, а й паблік рилейшнз проектів та їх виконавців, стартовий трамплін до професійного телерадіомовлення. Хоча не варто у цій ситуації давати порівняльну характеристику якості мовлення студентського телерадіоефіру й, наприклад, успішного комерційного телерадіоканалу. Перед ними стоять зовсім різні завдання, оскільки демографічні характеристики їх аудиторій різні.

Студентське телерадіомовлення онлайн має всі можливості для максимального охоплення аудиторії, оскільки молодь, як правило, постійно перебуває в соціальних мережах, інформаційних чи розважальних порталах. Але онлайн-мовлення не передбачає суттєвих фінансових резервів, що дозволяє з мінімумом програмного забезпечення досягнути максимальної аудиторії. Тому в національних та закордонних інтернет-доменах постійно констатується, що кількість студентських телерадіостанцій і телерадіостудій постійно збільшується. А це дозволяє засвідчити також зростання кількості спеціалізованих тренінгів і семінарів для студентів, які намагаються за допомогою телерадіомовлення онлайн вийти на «свою» аудиторію.

Ще одним важливим складником студентського телерадіомовлення онлайн є те, що воно, не ставлячи за головну мету отримання прибутку, реалізовує основні функції професійного телебачення і радіомовлення: інформування, просвітництва й розважання. І ці функції цілком адекватні для тих, хто навчається, – отримувати знання, тобто додаткову інформацію; розвивати ерудицію, тобто пізнавати світ; не забувати про вікові особливості, тобто навчаючись – відпочивати й розважатися.

Нині варто ширше розуміти межі цільової аудиторії студентського телерадіомовлення. Тут цілком можна погодитись із думкою журналіста й медіаексперта Андрія Куликова, який вважає, що «студентське радіо – це не те, що виготовляють студенти для студентів, воно для всіх» [2]. Безперечно, студенти становлять переважну більшість телеглядачів чи радіослухачів для такого типу мовлення. Однак до неї входять також і школярі, майбутні абітурієнти, які планують поступати до того чи того вишу, а отже цікавляться його можливостями за допомогою онлайн. Це також і випускники вишів, які згадують колишні студентські роки, або просто ті, хто поділяє формат чи спеціалізацію мовлення.

Ще однією особливістю радіоформату й телеспеціалізації «college», який ще називають «campus» [3] є те, що він характерний не лише для тієї студентської спільноти, яка професійно збирається працювати в царині телерадіожурналістики чи телерадіомистецтва. Він стає інструментом для майбутніх медиків чи економістів, істориків чи юристів, з одного боку – виокремити онлайн «свою» аудиторію, з другого – розповісти всім про себе.

Нині в Україні діють такі студентські радіостанції, радіостудії та радіопроекти: ОСТрадіо (Національний університет «Острозька академія», м. Острог), Радіо-УКУпочці (Український католицький університет, м. Львів), Студентське радіо (Харківський Інститут економіки ринкових відносин і менеджменту), Наша хвиля (Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького), Радіо-Квіт (Національний університет «Києво-Могилянська Академія»), Радіо-КПІ (Національний технічний університет «Київський Політехнічний Інститут»), Радіо-Universe (Запорізький національний університет), Радіо БАТІ (Бережанський агротехнічний інститут НУБІП України), Радіо-Юнітон (Вінницький державний педагогічний університет ім. Михайла Коцюбинського), Радіо SIA-FM (Білоцерківський національний аграрний університет), Радіо Savych-FM (Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Григорія Сковороди), Радіо-АГРО (Дніпропетровський державний аграрний університет), «Хвилинка НАУ» (Національний авіаційний університет, м. Київ), Радіо-СумДУ (Сумський державний університет), Студентське радіо Житомирського державного університету ім. Івана Франка, Маріупольського державного університету, Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського, Львівського національного університету ім. Івана Франка, Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля.

Маємо також телеканали, телестудії та телепроекти: Стефаник-ТВ (Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ), НУК-ТВ (Національний університет кораблебудування ім. адмірала Макарова, м. Миколаїв), Med-TV (Івано-Франківський національний медичний університет), СТБ – ІФНТУНГ (Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу), ХПІ-online (Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»), Телестудія ЛДІКМ, програма «СТУДЕНЬ» (Луганська державна академія культури і мистецтв), ТАК-ТВ (Коледж преси і телебачення, м. Миколаїв), «Юніверс-ТБ»

(Запорізький національний університет), ІМВ-ТБ (Інститут міжнародних відносин Київського національного університету ім. Тараса Шевченка), StudTimes-TV (Вінницький національний технічний університет), ЖДТУ-TV (Житомирський державний технологічний університет, м. Житомир), КПІ-TV (Національний технічний університет «Київський Політехнічний Інститут»), Студентське телебачення Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського, Національної юридичної академії ім. Ярослава Мудрого, Сумського державного університету, Кам'янець-Подільського національного університету ім. Івана Огієнка, Прикарпатського юридичного інституту Львівського державного університету внутрішніх справ, Чорноморського державного університету ім. Петра Могили у Миколаєві, Одеського національного морського університету, Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова у Києві, Білоцерківського національного аграрного університету.

Отже, більша половина вищих навчальних закладів в Україні, яка розвиває студентські телерадіомовні проекти, не має на меті готувати професійних телерадіожурналістів. Загалом журналістів, як засвідчує професор Володимир Різун, «в Україні готують 39 вищих навчальних заклади» [4]. Однак і це парадокс, не всі вони тепер конкурентні на ринку студентського телерадіомовлення.

Така ситуація з форматом чи спеціалізацією college (або campus) цілком зрозуміла, оскільки самі студенти, як правило, є керівниками, менеджерами різних ланок, журналістами, операторами, режисерами, зрештою, більшою частиною цільової аудиторії такого типу мовлення. Намагаючись проявити себе у багатьох галузях тієї чи тієї професії, вони прагнуть і в телерадіоефірі якомога швидше запропонувати «своє», ще не відоме й не повторне. І починають цілком доречно вибирати з того, що є. А вибір цей, як правило, той самий.

Щодо радіо, то тут застосовується здебільшого поняття формату, радіостанції поділяють на дві форматні категорії: розмовні та музичні. Основною специфікою розмовних форматів є переважне співвідношення інформаційних, інформаційно-аналітичних, інформаційно-розважальних та аналітичних програм над музичним контекстом. Це формати «All News» («Усі новини»), «Talk» («Розмовне радіо»), «Financial» («Радіо фінансової, економічної та біржової інформації»), Public» («Громадське радіо»), «Children's» («Радіо для дітей»), «Ethnic» («Радіо для національних спільнот») та «All Sport» («Увесь спорт»). До музичних форматів належать формати, в яких доля музичного контексту є визначальною порівняно з розмовним (інформаційним) контекстом. Це основні музичні формати, розраховані на достатньо великі аудиторії («AC», «CHR», «National CHR», «EHR, «MOR», «Heart of Rock», «Oldies», «Nostalgia», «Easy Listening», «Soft Spectrum», «Shanson»), та спеціалізовані формати, розраховані на окремі слухацькі аудиторії («Heart of the Seventies», «Alternative», «Urban Contemporary, «Swing Era», «Natural Sound», «AC Christian», «Natural Sound», «NAC/SJ», «Classical», «Modern Drive», «Spanish») та ін. Щодо телебачення, то тут більше застосовують поняття спеціалізації каналу, до яких належать інформаційні, пізнавальні, розважальні (музичні, спортивні, мотиваційні, дитячі та ін.) канали.

Отже, для того, щоб зробити певне відкриття у тій чи тій галузі, треба мати достатні знання. Але на це потрібен час і терпіння, яких не завжди вистачає у молодої людини, схильної, як правило, отримувати якомога більше за якомога коротший час. Внаслідок чуємо та бачимо онлайн радіостанції та телеканали, які «вже десь колись були», адже зорієнтовані вони лише для одного глядача або слухача – їхнього автора.

Однак у цьому можна побачити й позитивний момент. Студенти пізнають ази професії на матеріалі, який вже здобув визнання й становить базове підґрунтя фаху. І цілком природно, що верстка студентського телеканалу чи форматування радіоефіру поєднує більшість відомих форматів або спеціалізацій. Але не всі, хто береться за створення чогось «свого» в телерадіоефірі, розуміє, що творчий експеримент і варіативність з наявним контентом повинні мати професійні критерії та межі. А цього також треба вчитися – серйозно і постійно.

Розглянемо типову тематику програм, характерну для студентського телерадіомовлення, на якій варто вчитися та вибудовувати «свої», можливо, й цілком аналогічні, навчальні проекти.

1. Інформаційні програми. Вони є основою більшості телерадіопроектів, оскільки новинне мовлення становить базові засади бакалаврського мінімуму журналістського фаху. Тематика новин здебільшого торкається подій у навчальному закладі, самих студентів та викладачів, новин міста чи країни, які стосуються студентського життя тощо.

2. Авторські програми або проекти, основною тематикою яких є навчання, наукова діяльність, окремі рубрики про підрозділи або суб'єкти ВНЗ, спецвипуски про вузівські заходи чи події, про ті проблеми, які виникають у студентському середовищі (поєднання роботи й навчання, побут у гуртожитках, харчування у вузівській їдальні, створення сім'ї, взаємостосунки з батьками, викладачами, ровесниками тощо).

3. Авторські програми або проекти про дозвілля, пізнання чи освіту, а це подорожі, музика, кіно, театр, мистецтво, література тощо.

4. Авторські програми чи проекти, основу яких становлять інтерв'ю з відомими людьми в тій чи тій галузі, а також репортажі з найцікавіших подій, концертів чи прес-конференцій.

5. Авторські програми або проекти, основу яких становить розважальна тематика. Тут найрізноманітніші музичні формати, які поділяє цільова аудиторія, спеціальні програми до ювілеїв, різних студентських акцій тощо.

Авторські програми або проекти, де поєднується інформаційне мовлення з окремим розмовним і музичним контекстом, реалізуються як окремі радіостанції чи телеканали. Майже всі ці радіостанції чи телеканали працюють онлайн, отже мають певні особливості побудови плейлиста або верстки. Передусім їх об'єднує тематика ефіру. Ефір формується та поновлюється переважно в семестровий період, а під час сесій цілком закономірно йдуть повтори програм або інколи навіть призупиняється мовлення, найчастіше, коли йдеться про необхідність постійного контролю за ефіром. Однак основне, що їх поєднує, – це корпоративність тематики в межах одного ВНЗ, що, а з одного боку, дозволяє чітко виокремити цільову аудиторію, з другого – трохи обмежує її щодо порівнянь з іншими вишами країни.

Однак варто звернути увагу на студентський телерадіопроект, який і передбачає реалізацію цього важливого конкурентного чинника – першості та рівня якості. Річ у тім, що концептуальні особливості роботи медіаплатформи Campus Radio Ukraine і Студент-TV передбачають порівняльні характеристики та організацію певного рівня змагань.

Campus Radio Ukraine – це Всеукраїнське студентське інтернет-радіо формату college, яке стартувало онлайн із серверів Київського національного університету імені Тараса Шевченка 16 листопада 2010 р., якраз у День працівників радіо, телебачення та зв'язку. Перший прямий ефір зі студії радіостанції відбувся 16 березня 2011 р. Студент-TV запрацював онлайн через рік, 16 листопада 2011 р. з програмним наповненням Інституту журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка із серверів партнерської медіакомпанії. Інформаційні, пізнавальні та розважальні телерадіопроекти на спільній медіаплатформі об'єднують аудиторію навколо спільних студентських проблем, дозволяють більше дізнатися одне про одного. І найважливіше, що студенти всієї України можуть на одному сайті розповісти про своє життя і показати його так, як вони це бачать. Якраз у цьому й полягає певна відмінність цього проекту від тих, які характерні для більшості вищих навчальних закладів України.

Під час формування медіаплатформи було внесено певні концептуальні зміни до плейлиста Campus Radio Ukraine та верстки Студент-TV. Загалом вони поєднали навчальний процес із практичною діяльністю студентів на виробництві, тобто змоделювали оптимальний формат і верстку студентського телерадіомовлення. Передусім зважалося, що йдеться про онлайн-аудиторію, яка отримуватиме потокове аудіо та відео, отже поставатиме питання інтернет-трафіку та конкурентного вибору вербального й візуального онлайн-контенту. Це також аудиторія, яка постійно рухається за новими технологіями до так званого «третього екрану» – отримання контенту за допомогою мобільного телефону («перший екран» – телевізор, «другий екран» – комп'ютер). Тому важливо було знайти нішевий формат чи спеціалізацію, якої ще в Україні не практикували, а саме – об'єднати на одній медіаплатформі вже наявний контент і запропонувати аудиторії нові можливості для вибору.

Таке поєднання аудіо- та відеоконтенту дозволяє тим, хто прагнув «з нуля» створити власне професійне радіо чи телебачення, мати власне телерадіомовлення і на практиці оволодівати особливостями роботи телерадіожурналістів та ведучих. Campus Radio Ukraine та Студент-TV є першими, що запропонували студентам різних ВНЗ обмінюватися своїми телерадіопроектами не лише на одній медіаплатформі, а й долучати програми інших вишів до свого вузівського ефіру. А отже, популяризувати не лише «чужий» продукт, а й свій телерадіоканал, що загалом відповідає вже давно відомій концепції: «у журналістиці ставте лінки інших так само, як і вони роблять з вашими. Це правило відповідає принципам етикету блогерів, однак повністю суперечить старим конкурентним шляхам організації новин. А вони радили: використовуйте цінні ресурси та їх поєднання з історіями конкурентів так, наче ви це зробили самі. Але якраз підхід і повинен змінитися. Сьогодні новинні сайти мають бути сконцентровані на власних перевагах та визнанні переваг інших сайтів. І тут застосовується таке правило Джарвіса: "Робіть те, що ви робите найкраще, та ставте лінки інших"» [5].

На медіаплатформі Campus Radio Ukraine/ Студент-TV програми подаються також як подкасти, тобто виготовлення та розміщення в глобальній мережі попередньо записаних програм. Поєднання онлайн-ефіру з подкастами – це традиційна схема подавання контенту, яка з професійного онлайн-мовлення перейшла до студентського. Таким чином студенти отримали ті самі технологічні можливості розвитку, що й професійні телерадіоканали. І що дуже суттєво, студентське телерадіомовлення опинилося у тих самих технологічних межах, що й професійні мовці, які поєднують ефірний, супутниковий, кабельний та онлайн-доступ, а отже мають спільну онлайн-аудиторію. Тут у студентського телерадіомовлення по-

Наукові записки Інституту журналістики. Том 50. 2013. Січень–березень

стає важливе питання, яке ще треба вирішувати: стабільність і професійність в організації контенту.

Особливістю роботи медіаплатформи Campus Radio Ukraine/Студент-TV є також і те, що онлайн-сигнал відео та аудіо може передаватися в кожному ВНЗ через радіовузол та телеекран. Тому в перерві між лекціями студенти Одеси і Львова, Рівного й Донецька можуть чути та бачити одне одного, а викладачі під час практичних занять демонструвати студентські роботи різних ВНЗ, аналізувати їх, порівнювати і пропонувати власні рекомендації. А це означає, що медіаплатформа слугує навчальному процесу для підготовки журналістів, режисерів, операторів, ведучих, загалом сприяє становленню та просуванню студентського телерадіомовлення в Україні.

Важливим аспектом діяльності медіаплатформи Campus Radio Ukraine/Студент-TV є фестивальний рух, який з 2013 року називатиметься Всеукраїнський фестиваль телерадіопрограм «Студентський МІКС». Як засвідчила практика проведення телерадіофестивалів в Україні протягом останніх років, студентські телерадіопрограми вже почали з'являтися в тих чи тих професійних номінаціях на різних фестивалях. Але такі спроби часткові, нестабільні й нерезультативні. Фестиваль «Студентський МІКС» засвідчить, що є «цікаві роботи, які вже сьогодні можуть звучати на професійних радіостанціях. Окрім того, за цей рік відкрилися навчальні студентські телерадіостудії в багатьох містах України. Й ми хочемо показати, що є талановиті студенти, які можуть нині готувати конкурентні теле- та радіопрограми» [6].

Медіаплатформа Campus Radio Ukraine/ Студент-TV прагне розвивати конкурентний чинник в українському студентському телерадіоефірі. Адже в Україні справді формується ринок студентського телебачення та радіомовлення. Він принципово позбавлений основного економічного чинника – прибутку, однак характеризується не менш важливим показником, характерним для ринкових відносин, – конкуренцією.

Звісно, бути першим як журналіст, режисер, оператор, ведучий ефіру, краще готувати новини, інформаційні блоки, пізнавальні, розважальні та художньо-публіцистичні програми тощо – все це особливості фаху та професії. Але нині можна використовувати сучасні телерадіомовні технології для того, щоб бути першим і кращим зовсім в інших суспільних галузях. Нові знання у сфері медіа дозволяють здобувати в різних царинах життя швидкі професійні успіхи, за якими впливові посади, прибуток, і зрештою, прогнозоване майбутнє. Важливо, щоб під час переходу від «корпоративної студентської лави» до «конкурентних ринкових відносин» у будь-якому вищому навчальному закладі студентське телерадіомовлення означало передусім уміння бачити і чути інших, допомагати колегам і друзям у професійному становленні. Й важливо цьому навчитися ще до того, як сформується справжній ринок.

1. *Колесникова А. В.* Типологическая характеристика современного студенческого радиовещания : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 [Електронний ресурс] / Колесникова Анна Витальевна; ГБОУ ВПО «Тольяттинский гос. ун-т». – Тольятти, 2011. – 196 с. – URL: // www.dissercat.com/content/tipologicheskaya-kharakteristika-sovremennogo-studencheskogo-radioveshchaniya#ixzz 2Gzahj4K7 (05. 01. 2013).

2. *Андрій Куликов* про студентське радіо ([Електронний ресурс], [Відеозапис]) / сайт Youtube. – URL: //www.youtube.com/watch?v=JF6yFoybzxk (05. 01. 2013).

3. *Campus Radio* [Електронний ресурс] / Wikipedia, the free encyclopedia. – URL : //en.wikipedia.org/wiki/Campus_radio (05. 01. 2013).

4. *Різун В. В.* То скільки ж в Україні факультетів журналістики? [Електронний ресурс] / В. Різун. – URL: //www.osvita.mediasapiens.ua/material/13485 (06. 01. 2013).

5. *Langer U.* Global Media Forum: 10 Strategien fur den Journalismus 2.0 / Ulrike Langer [Електронний ресурс] / Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. – URL: //www.journ.univ.kiev.ua/trk/10_strat_ukr/10_strat_ukr.php (08. 01. 2013).

6. *Оголошено* прийом робіт Всеукраїнського фестивалю телерадіопрограм «Студентський МІКС» [Електронний ресурс] / сайт «Телекритика». – URL: //www.telekritika.ua/news/2013–01–11/78084 (12.01.2013).

Подано до редакції 03. 02. 2012 р.

Goyan Oles, Renska Ganna. Student broadcasting in Ukraine: to be able to hear and to see others.

This article describes formation of the Ukrainian student broadcasting, special features of student radio and television studios programming. The experience of the Ukrainian radio broadcasting Campus Radio Ukraine and Student-TV television, which united the students' works from different universities in a single broadcast was used as an example.

Keywords: student radio and television broadcasting, online, target audience, play list, specialization, format, media market.

Гоян О. Я., Ренская А. И. Студенческое телерадиовещание в Украине: уметь слышать и видеть других.

В статье говорится о формировании в Украине студенческого телерадиовещания, об особенностях программирования студенческих радиостанций и телестудий. Рассматривается опыт вещания всеукраинской радиостанции Campus Radio Ukraine и телеканала Студент-TV, которые объединили в одном телерадиоэфире программы, подготовленные студентами многих ВУЗов Украины.

Ключевые слова: студенческое радиовещание и телевидение, онлайн эфир, целевая аудитория, плей-лист, специализация, формат, медиарынок.