

Міністерство освіти і науки України  
Українська академія друкарства

На правах рукопису

БІЛОГРАЦЬ ХРИСТИНА РОМАНІВНА

УДК 007: 304: 070.424

УКРАЇНСЬКА СТУДЕНТСЬКА ПЕРІОДИКА:  
ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Спеціальність – 27.00.04 «Теорія та історія журналістики»

Дисертація  
на здобуття наукового ступеня  
кандидата наук із соціальних комунікацій

Науковий керівник  
Мельник І. А.  
доктор політичних наук, професор

Львів – 2015

## Зміст

Вступ.....	4
1. Українська студентська преса: історія та сучасність.....	13
1. 1. Суспільно-політичні умови створення та функціонування студентської преси (друга половина XIX ст. – 1914 р.).....	13
1. 2. Видавничий розвиток студентської преси на Наддніпрянській Україні, Західноукраїнських землях. Преса студентів-емігрантів (з 1914 р. по 1945 р.).....	21
1. 3. Розвиток студентської преси в УРСР (з 1945 р. до 1991 р.).....	33
1. 4. Загальна характеристика студентської періодики (з 1991 р.). Порівняльний аналіз історичних періодів розвитку преси.....	46
Висновки до розділу.....	54
2. Стан сучасної студентської періодики в Україні.....	57
2. 1. Типологічні особливості студентської періодики.....	57
2. 1. 1. Стан наукових досліджень у галузі типології.....	57
2. 1. 2. Основні типологічні ознаки видань.....	63
2. 2. Структура студентських друкованих та інтернет-видань.....	81
2. 2. 1. Архітектура студентських друкованих видань.....	81
2. 2. 2. Структура студентських інтернет-видань.....	90
2. 3. Лінгвостилістичні особливості сучасної студентської публіцистики.....	100
2. 4. Дизайн студентської друкованої та інтернет-періодики.....	111
2. 4. 1. Художнє та технічне втілення друкованих студентських періодичних видань.....	111
2. 4. 2. Особливості дизайну студентських періодичних інтернет-видань.....	120
Висновки до розділу.....	127
3. Основні проблеми сучасної студентської періодики та шляхи їхніх вирішень.....	131
3. 1. Взаємозалежність тематики публікованих статей і проблеми читання.....	131
3. 2. Свобода слова у студентських періодичних виданнях.....	143
3. 3. Проблема фінансування студентської періодики.....	150
3. 4. Створення проекту нового студентського періодичного видання (на прикладі «Студентської торби»).....	157
3. 4. 1. Пошуки оптимальних варіантів. Етапи створення видання.....	157
3. 4. 2. Особливості функціонування майбутньої газети. Створення рекламної кампанії.....	167
Висновки до розділу.....	176

Висновки.....	179
Список використаної літератури.....	190
Додатки.....	207
Додаток А. 1. Список використаних видань з бібліотечних архівів.....	208
Додаток А. 2. Список проаналізованих друкованих видань.....	209
Додаток А. 3. Список проаналізованих періодичних інтернет-видань.....	223
Додаток Б. Взірці студентських видань з бібліотечних архівів.....	225
Додаток В. 1. Структура друкованих періодичних видань: взірці верстки.....	227
Додаток В. 2. Структура періодичних інтернет-видань: взірці.....	228
Додаток Г. 1. Художньо-технічне оформлення друкованих періодичних видань: взірці верстки.....	229
Додаток Г. 2. Дизайн періодичних інтернет-видань: взірці.....	230
Додаток Д. Реклама у студентських друкованих виданнях.....	231
Додаток Е. Створення проекту нового видання: взірці.....	232
Додаток Є. 1. Взірці давніх та сучасних студентських періодичних видань. Перші шпальти.....	234
Додаток Є. 2. Взірці давніх та сучасних студентських періодичних видань. Верстка та дизайн.....	235

## Вступ

**Актуальність теми дослідження.** Студентська періодика належить до молодіжної преси і є однією із перехідних ланок між підлітковими та дорослими виданнями. Діяльність студентських ЗМІ досить своєрідна, однак вона теоретично і практично вагома для розуміння суспільних процесів на українських землях.

Буремна історія XIX–XX ст. актуалізувала вивчення студентських видань, які мали значний вплив на процеси національного відродження та державотворення в Україні. Тому актуально простежити еволюцію розвитку української студентської періодики і з'ясувати, які етапи найголовніші в цьому процесі. На сьогодні студентська преса ще не була об'єктом комплексного дослідження. Тому порівняльний аналіз періодів розвитку української молодіжної преси і аналіз її діяльності на сучасному етапі допоможе визначити основні проблеми та окреслити шляхи поліпшення функціонування та розвитку цього масиву періодики в наш час.

Дослідження має практичний характер, оскільки сьогодні студентські періодичні видання виконують функцію так званого речника молоді, яка навчається у вищих закладах освіти. Це дозволяє студентам представляти свої інтереси і захищати власні права. А це означає, що студентська преса має неабиякий вплив на всі процеси перехідного періоду молоді в доросле життя.

**Зв'язок роботи з науковими програмами.** Дисертаційна робота пов'язана з науковою проблематикою досліджень кафедри видавничої справи і редагування Української академії друкарства, зокрема: «Творення сучасного інформаційного продукту: теоретичні та практичні аспекти» (з 2007 р.), з

держбюджетною темою 0110U000123 «Оптимізація сучасного видавничого продукту: світовий досвід та національні особливості» (2010 – 2012 рр.).

**Мета і завдання дисертації.** Метою дослідження є осмислення історичного розвитку української студентської періодики, виокремлення особливостей її зародження і розвитку на території України та за її межами, а також характеристика сучасного стану студентських ЗМІ, проблем та шляхів їх вирішення.

Досягнення поставленої мети передбачає пошуки вирішень таких **завдань:**

- з'ясувати особливості виникнення, становлення та розвитку української студентської періодики як невід'ємної складової молодіжної преси;
- визначити історичне і загальнокультурне значення діяльності українських студентських видань;
- виявити основні принципи функціонування української студентської періодики, зважаючи на її особливості;
- виробити практичні рекомендації для поліпшення діяльності української студентської періодики;
- створити проект незалежного українського студентського періодичного видання.

**Об'єкт дослідження** – українська студентська періодика, автором та читачем якої є студенти; процес історичного розвитку періодики та її функціонування в сучасних умовах (проаналізовано 75 найменувань студентської періодики, з яких 47 найменувань преси (317 випусків) та 28 інтернет-видань).

**Предмет дослідження** – соціальні та політичні передумови виникнення та розвитку студентської періодики; її сучасний стан та характеристики, а саме: типологічні особливості, структура, художньо-технічне оформлення, мовностилістичні особливості, та проблеми у видавничому втіленні.

**Методологічна основа.** У дисертації використано низку методів, принципів та підходів, які стали науково-теоретичним інструментарієм під час вирішення конкретних дослідницьких завдань. Враховуючи всю складність феномену студентської періодики, застосовано наукові принципи об'єктивності, історизму. Методологічною основою дослідження стали міждисциплінарні та загальнонаукові підходи – системно-діалогічний, історичний, порівняльний, проблемний. Водночас для досягнення поставленої мети та вирішення завдань використано експериментальні методи спостереження, моделювання та порівняння. Зі спеціальних методів для написання дисертації використовувались статистичний метод дослідження та анкетний метод опитування.

**Джерельна база.** Під час написання дисертаційного дослідження використовувалися праці вітчизняних та зарубіжних науковців і фахівців, а також матеріали періодичної друкованої та студентської преси в інтернеті; статистичні дані. Чимало інформації про студентську пресу містяться у статтях і монографічних дослідженнях. Зокрема в працях А. Животка<sup>1</sup>, В. Леника<sup>2</sup>, І. Тюльченка<sup>3</sup>, О. Лаврут<sup>4</sup>, В. Кондика<sup>5</sup>, Л. Ремажевської<sup>6</sup>, Г. Лози<sup>7</sup>, В. Офіцинського<sup>8</sup>, О. Гуменюк<sup>9</sup>, Л. Шологон<sup>10</sup>. Цікаві дані почерпнуто з авторефератів про студентський рух та розвиток молодіжної

---

<sup>1</sup> А. Животко «Історія української преси» [47].

<sup>2</sup> В. Леник «Українська організована молодь» [88].

<sup>3</sup> І. Тюльченко «Преса 1917 року про молодіжний рух в Україні: Джерелознавчий аналіз» [169].

<sup>4</sup> О. Лаврут «Діяльність студентів у гуртках у 20-х рр. ХХ ст.» [85].

<sup>5</sup> В. Кондик «Студентська преса в Україні: учора, сьогодні, завтра» [71].

<sup>6</sup> Л. Ремажевська «Студентський самвидав» [132].

<sup>7</sup> Г. Лоза «Студентська преса Київського політехнічного інституту (1923 – 1937)» [90].

<sup>8</sup> В. Офіцинський «Дистрикт Галичина (1941 – 1944). Історико-політичний нарис» [117].

<sup>9</sup> О. Гуменюк «Центральний Союз Українського Студентства – провідна організація української студентської еміграції в культурно-освітній сфері» [29].

<sup>10</sup> Л. Шологон «Періодичні видання українських студентських товариств Галичини як джерело з історії національно-культурного руху українців краю у 60-х рр. ХІХ – на початку ХХ ст.» [189].

преси О. Тимчишин<sup>11</sup> та Р. Ковалюка<sup>12</sup>, а також з книги Б. Чернякова<sup>13</sup>, у якій опубліковані бібліографічні описи.

Особливості студентських газет радянської доби досліджували М. Тимошик<sup>14</sup>, М. Дяченко<sup>15</sup>, також своїми спогадами поділилася у статті О. Ткач<sup>16</sup>.

Проблемам студентської періодики присвячені праці О. Васюти<sup>17</sup>, Ю. Дунаєвської<sup>18</sup>, О. Злобіної<sup>19</sup>, В. Маковія<sup>20</sup>, Н. Овдієнко<sup>21</sup>, А. Полуденко<sup>22</sup>, О. Хазарадзе<sup>23</sup> та інші.

Із зарубіжних авторів заслуговують на увагу статті К. Розанова<sup>24</sup> та О. Зенкіної<sup>25</sup>. Особливостям класифікації сучасної студентської періодики присвячені публікації І. Братини<sup>26</sup> й К. Сіріньок-Долгарьової<sup>27</sup>. Також поділяють студентські ЗМІ за допомогою створеної типології упорядники збірника «Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку» [3].

---

<sup>11</sup> О. Тимчишин «Становлення і розвиток західноукраїнської молодіжної преси 1900 – 1939 рр.» [165].

<sup>12</sup> Р. Ковалюк «Український студентський рух на західних землях ХІХ – ХХ ст.» [66].

<sup>13</sup> Б. Чернякова «Джерела до історії української преси учнівської та студентської молоді (ХІХ – поч. ХХ ст.)» [183].

<sup>14</sup> М. Тимошик «Українська молодіжна преса в останній період існування СРСР: 1986-1991» [163].

<sup>15</sup> М. Дяченко «Особливості жанрової палітри у місцевій молодіжній пресі 60 – 90-х років ХХ століття» [41].

<sup>16</sup> О. Ткач «Традиції та уроки студентської преси» [166].

<sup>17</sup> О. Васюта «Проблеми розвитку сучасних молодіжних журнальних видань» [12].

<sup>18</sup> Ю. Дунаєвська «Вплив ЗМІ на формування здорового способу життя студентської молоді» [39].

<sup>19</sup> О. Злобіна «Особливості формування життєвих орієнтирів студентської молоді в сучасному інформаційному просторі» [52].

<sup>20</sup> В. Маковій «Студентські ЗМІ в Україні: стан і тенденції розвитку» [99].

<sup>21</sup> Н. Овдієнко «Студентські ЗМІ в структурі сучасної української журналістики (на прикладі газет «Студентська координата» і «Молодий журналіст»)» [114].

<sup>22</sup> А. Полуденко «Із студентських медіа в «дорослі» [124].

<sup>23</sup> О. Хазарадзе «Студентські ЗМІ. Механізм висвітлення сучасних проблем студентства» [175].

<sup>24</sup> К. Розанов «Типология современной студенческой прессы России» [134].

<sup>25</sup> О. Зенкина «О состоянии московских студенческих интернет-порталов» [51].

<sup>26</sup> І. Братина «Креденс» – спроба створення незалежного студентського видання» [8].

<sup>27</sup> К. Сіріньок-Долгарьова «Специфіка діяльності студентських друкованих ЗМІ України та США: порівняльний аспект» [143].

Цікавими є дослідження А. Іщика<sup>28</sup> та О. Дуб<sup>29</sup>, в яких розглядається структура друкованої періодики студентів. У статтях О. Зяцькової<sup>30</sup> та А. Степанова<sup>31</sup> описано особливості періодики в інтернеті; написав про це і в авторефераті Ф. Грозданов<sup>32</sup>. Дослідники А. Довгаль<sup>33</sup>, Д. Осійк<sup>34</sup>, Л. П'ятниця та В. Садівничий<sup>35</sup> аналізують мовностилістичні особливості студентських видань. Проблеми художньо-технічного оформлення друкованих видань порушено у статтях І. Любушкіної<sup>36</sup> та Р. Вербового<sup>37</sup>, а дизайн студентських інтернет-видань поки що залишається поза увагою науковців.

Проблеми сучасної студентської періодики, зокрема, аналізуючи тематику та читання, порушували у своїх публікаціях С. Корнієнко<sup>38</sup>, Е. Краснопольская<sup>39</sup>, К. Розанов<sup>40</sup>, К. Стулень<sup>41</sup>.

А. Терентьев<sup>42</sup>, Є. Самусенко<sup>43</sup>, А. Май<sup>44</sup> торкаються проблеми свободи слова в студентських ЗМІ. Особливості фінансування молодіжних і

---

<sup>28</sup> А. Іщик «Композиція друкованого журнального видання (на прикладі проекту журналу для студентів «Гуртожиток»)» [59].

<sup>29</sup> О. Дуб «Дослідження переваг використання модульної сітки при розробці макету студентського видання» [38].

<sup>30</sup> О. Зяцькова «Коммуникативно-функциональные признаки немецкого электронного молодежного журнала» [54].

<sup>31</sup> А. Степанов «Перспективы развития студенческих сетевых зданий в эпоху web 2.0. Юзабилити-подход» [158].

<sup>32</sup> Ф. Грозданов «Язык молодежных Интернет-газет» [28].

<sup>33</sup> А. Довгаль «Молодіжний сленг: щодо проблеми класифікації сленгівмів» [36].

<sup>34</sup> Д. Осійк «Експресивна лексика в студентських та молодіжних ЗМІ» [116].

<sup>35</sup> Л. П'ятниця, В. Садівничий «Жаргонізми як елемент загострення читацького сприйняття (на прикладі студентських видань Сумщини)» [118].

<sup>36</sup> І. Любушкіна «Зовнішнє оформлення та верстка друкованих ЗМІ» [94].

<sup>37</sup> Вербовий Р. «Дослідження елементів композиційно-графічного комплексу сучасного українського молодіжного журналу» [15].

<sup>38</sup> С. Корнієнко «Студенческая пресса Голландии» [73].

<sup>39</sup> Е. Краснопольская «Жизненные приоритеты и чтение молодежи» [80].

<sup>40</sup> К. Розанов «Молодежная пресса как составляющая студенческой жизни» [133].

<sup>41</sup> К. Стулень «Редакційна політика студзмі та особливості роботи студента-журналіста» [159].

<sup>42</sup> А. Терентьев «Проблема свободы слова в детских, молодежных и студенческих СМИ донецкой области» [161].

<sup>43</sup> Є. Самусенко «Псевдодемократія студентських ЗМІ» [136].

<sup>44</sup> А. Май «Соромно було роздавати газету з помилками» [97].

студентських видань розглядають А. Дітковська<sup>45</sup>, О. Солонуха<sup>46</sup>, П. Міненко<sup>47</sup> та інші. Над проблемами створення нових видань і їхнього розвитку розмірковують В. Марчук<sup>48</sup>, К. Семенюк<sup>49</sup> та інші.

Водночас аналіз відповідної наукової літератури свідчить, що обрана тема дисертаційного дослідження не була предметом спеціального вивчення в українській науці. Окремі дослідження студентської періодики в Україні науковців не можуть претендувати на комплексне висвітлення проблем, не дають належного уявлення про загальне становище та функціонування студентської періодики в Україні.

**Хронологічні межі** дисертації охоплюють період від початку другої половини XIX ст. до сучасності. Адже саме в цей період відбувається становлення студентської періодики на українських землях як цілісної системи ЗМІ, що зберігає своє ядро і водночас модифікується, щоб відповідати на виклики часу.

**Наукова новизна** отриманих результатів полягає у тому, що дисертація є одним із перших у сучасній українській науці системних досліджень студентської періодики. На основі наукового пошуку сформовано висновки та пропозиції, де містяться елементи наукової новизни.

*Уперше:*

- систематизовано умовні періоди розвитку студентських періодичних видань, визначено їхні основні спільні та відмінні риси;
- складено загальну характеристику сучасного стану друкованих періодичних та інтернет-видань для студентів, а саме – розглянуто

---

<sup>45</sup> А. Дітковська «Проблеми фінансового забезпечення студентських ЗМІ (на прикладі стінгазети «Стоп Кадр»)» [35].

<sup>46</sup> О. Солонуха «Незалежні студентські ЗМІ. Що це?» [153].

<sup>47</sup> П. Міненко «Студенческая пресса как бизнес-проект: утопия или реальность?» [109].

<sup>48</sup> В. Марчук «Проблема утворення та існування незалежних студентських ЗМІ» [101].

<sup>49</sup> К. Семенюк «Менеджмент студенческих масс-медиа (на примере стенгазеты «Стоп Кадр»)» [141].

лінгвостилістичні особливості, структуру і дизайн друкованих та інтернет-видань;

– проведено опитування студентів з метою визначення їхніх уподобань для поліпшення якості видання;

– досліджено тематико-змістове наповнення та обґрунтовано шляхи вирішення проблеми читання;

– здійснено пошуки вирішення проблеми фінансування, свободи слова та створення нових періодичних студентських видань.

*Удосконалено:*

– типологічну систему поділу студентських періодичних видань за особливостями, які впливають на приналежність до різних груп, а саме – класифікацію на основі сукупності ознак, тип фінансування, розповсюдження та періодичність виходу;

– запропоновано нові шляхи створення видання з метою подолання проблем сучасної студентської періодики.

*Набули подальшого розвитку:*

– вивчення сучасних закордонних студентських організацій;

– впровадження функціонування проекту незалежного студентського інтернет-видання.

**Теоретичне застосування** результатів дослідження визначається тим, що поставлена проблема заслуговує на подальше розроблення і може мати своє продовження, даючи підґрунтя новим науковим дослідженням у галузі соціальних комунікацій, зокрема у сфері журналістики.

**Практичне значення.** Зважаючи на відсутність всебічного та об'єктивного дослідження виникнення, розвитку та сучасного стану студентської періодики, недостатнє опрацювання теми у науковій літературі, численні неточності у визначенні студентської преси, результати нашої розвідки мають практичну цінність. Зокрема, вони можуть бути використані

при підготовці курсу лекцій з історії української преси, журналістської майстерності, а також під час вивчення процесу підготовки й випуску матеріалів у друкованих та інтернет-виданнях.

**Особистий внесок здобувача.** Дисертація та автореферат, в яких викладено основні положення наукової роботи, виконані самостійно. Усі публікації підготовлені одноосібно.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення дисертаційної роботи виголошувалися на звітних наукових конференціях професорсько-викладацького складу, наукових працівників і аспірантів Української академії друкарства, тези з яких були опубліковані у 2009 та 2011 роках. Результати дослідження, описані у дисертації, були виголошені у доповідях на Міжнародній науково-практичній конференції «Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку» (Запоріжжя, 2008), Всеукраїнській науково-практичній конференції «Комунікативна ідентифікація в інформаційному просторі України» (Львів, 2009), III Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих науковців «Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи» (Луцьк, 2011), Науковій конференції Інституту журналістики «Українські медіа 2012: проблеми моделювання медійного контенту» (Київ, 2012).

**Публікації наукових статей у фахових та закордонних виданнях:**

1. Білограць Х. Р. Проблема свободи слова у студентських ЗМІ // Теле- та радіожурналістика. Збірник наукових праць. – Вип. 1, част. 1. – Львів : Львівський національний університет ім. І. Франка, 2010. – С. 147–151.
2. Білограць Х. Р. Студентська періодика: взаємозалежність тематики статей і проблеми читання // Поліграфія і видавнича справа. – Львів : Українська академія друкарства, 2011. – № 4 (56). – С. 78–85.

3. Білограць Х. Р. Сучасні можливості в інформаційному просторі та їхній вплив на студентську пресу // Наукові записки. – Львів : Українська академія друкарства, 2012. – № 1 (38). – С. 57–60.

4. Білограць Х. Р. Суспільно-політичні умови створення та функціонування студентської преси в Україні (друга половина XIX ст. – 1914 р.) // Science and education a new dimension. Humanities and social science. – Будапешт, 2013. – № 12. – С. 218–221.

5. Білограць Х. Р. Мовностилістичні особливості сучасної студентської періодики // Журналистика XXI века: опыт прошлого и вызовы будущего ; Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. – Тирасполь, 2013. – С. 99–104.

6. Білограць Х. Р. Особливості дизайну та матеріально-технічного втілення друкованих студентських періодичних видань // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. – Одеса : Астропринт, 2013. – С. 193–202.

7. Білограць Х. Р. Особливості архітекtonіки сучасних студентських друкованих періодичних видань // Наукові записки. – Львів: Українська академія друкарства, 2015. – № 2 (51). – С. 18–25.

**Структура дисертації.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, у кожному з яких висвітлено об'єкт і предмет дослідження, висновків, списку використаних джерел та додатків.

## **1. Українська студентська преса: історія та сучасність**

### **1. 1. Суспільно-політичні умови створення та функціонування студентської преси (друга половина XIX ст. – 1914 р.)**

Інформація керує сучасним світом. З давніх-давен існували спеціальні державні посади глашатаїв [148] (оповісників). Ці люди ходили і вигукували «найсвіжіші» новини та різноманітну інформацію, яка могла б бути цікавою та корисною для мешканців. Така необхідність у бажанні знати новини певним чином трансформувалася у журналістику. Друковані газети спочатку були призначені для вузьких кіл читачів, оскільки ознайомлюватись з ними могли тільки освічені люди, однак із часом видання газет стало масовим явищем.

Варто сказати, що відсутність столиці як центру суспільно-політичного та культурного життя народу, розірваність українського етнічного простору між двома імперськими державами спричинили те, що журналістика в Україні виникла в західній і східній її частині незалежно одна від одної. Проте, на думку І. Михайлина, незважаючи на різні умови розвитку, у становленні інформаційного простору на Заході й на Сході України було більше спільного, ніж відмінного [107].

Після виникнення журналістики в Україні почала розвиватися і студентська періодика. Цей час був нелегким. Правителі обох імперій головним завданням внутрішньої політики, як стверджує М. Пасічник, вважали збереження абсолютизму, а тому докладали великих зусиль для придушення національно-визвольних рухів як в самих імперіях, так і поза межами. Правлячі кола Росії, меншою мірою Австрії, були противниками збереження будь-яких елементів державності або автономії у народів. І все ж, у культурному процесі першої половини XIX ст. в Україні прослідковуються національні тенденції [121]. Внаслідок цього у суспільстві зародилася нова

риса: усвідомлення українцями себе в історичному розвитку як нації. Як стверджують науковці, самосвідомість українців як окремої етнічної спільноти проявилася, передусім, у діяльності інтелігенції.

Зокрема, культурні та освітні діячі дуже часто випускали газети, таким чином роблячи внесок у розвиток періодики. Формування преси, на думку С. Костя, не є процесом ні стихійним, ні спонтанним. Для цього потрібне певне ідейно-теоретичне підґрунтя, соціологічне бачення суспільства і відповідна соціальна структура. Річ очевидна, що не можна досліджувати структуру преси поза конкретним історичним і суспільно-політичним контекстом, без зв'язку із соціальною структурою того суспільства, чия преса є об'єктом аналізу [75].

Загальносуспільні тенденції вплинули і на молодь вищих навчальних закладів. На зміни в настроях студентів звернув увагу І. Франко, який зазначив, що «замість карт тепер бачимо оживлений науковий рух: повстають спеціальні кружки, читають ся відчити, ведуть ся дискусії; давня байдужість та цинічна скептичність уступає місце серйозному поглядів на жите і завзятю до праці» [74, с. 20]. На нашу думку, було б мало ймовірно перебувати в певній цивілізації і не зазнати впливу її культури, суспільно-політичних особливостей.

Як показав наш аналіз, утворення та розвиток студентської преси умовно можна поділити на чотири етапи розвитку, адже її функціонування тісно пов'язане з тогочасними суспільно-політичними подіями. Перший етап розпочався у другій половині XIX ст. і тривав до 1914 р.

Другий етап датуємо 1914 р. і завершується в 1945 р. – студенти видавали свої газети в несхожих політичних умовах на Наддніпрянщині та Західноукраїнських землях, адже Україна була поділена між різними державами; в ці десятиліття почала функціонувати преса закордонних студентських організацій.

Вважаємо, що з 1945 р. розпочався третій період розвитку студентських газет, який тривав до 1991 р., тобто до проголошення

незалежності України. Впродовж цього часу студентські періодичні видання виходили в УРСР (офіційні, а також в цей час був широко поширений самвидав), та за кордоном. Четвертий етап розпочинався після проголошення незалежності країни 1991 р. і триває дотепер. Завдяки науково-технічному прогресу та існуванню власної держави багато змінилося у функціонуванні української студентської періодики.

Період зародження студентської преси розпочався в другій половині XIX ст. Історики пов'язують його з виходом у 1874 р. першого студентського видання – тижневика «Другъ». На підставі отриманих даних можна стверджувати, що ці дати достатньо формальні, бо ще раніше в Україні з'являлися часописи для студентів. В. Леник писав, що у Києві в 50-х рр. (1854 – 1856 рр.) XIX ст. виходило «Самостійне слово», а в Харкові у той самий час діяв «Пасквільний комітет», учасники якого видавали стінні газети і розвішували їх по місті. В 1863 – 1864 рр. у Києві існував гумористичний студентський часопис «Помиїниця»; його редагував О. Лоначевський [88]. Ці видання вважались рукописними, бо їх не друкували, а переписували. Зрозуміло, що через це важко сказати, яким був наклад.

Відомо, що тоді ж виходили часописи, які видавали студенти, але не тільки для студентів і не завжди зі студентською тематикою. Найвідомішою і найвпливовішою була львівська газета «Мета», яку видавав К. Кліскович 1863 і 1864 рр. як місячник, а в 1865 р. – двотижневик. Саме ця газета мала вирішальний ідеологічний та організаційний вплив на студентську молодь. Видавці «Мети» чимало уваги приділяли поборницькій ідеї, підтримуючи зв'язки студентів Галичини з Центральними землями, що перебували під московською окупацією. «Мета» започаткувала новий стиль суспільної діяльності – зв'язок з широкими народними масами, який згодом перетворився у так званий народовецький рух для протистояння москвофільству. Перший галицький часопис «Галицька зоря» редагував і видавав А. Павенський – також студент.

Насправді перший друкований орган «Другъ» виходив у студентському товаристві «Академічний кружок» у Львові як двотижневик. Після початкових «пошуків» часопис набув чітких студентських характеристик і став ідеологічним і професійним виразником усього тодішнього українського студентства в Австро-Угорщині. Редакторами «Друга» були свого часу І. Франко та М. Павлик, а співробітником – М. Драгоманов. Останній мав дуже великий вплив і на окремих студентських діячів та на студентський орган у цілому. Через все це австрійська поліція арештовувала студентів, звинувачуючи їх у поширенні соціалістичних ідей Драгоманова [43; 88].

Без сумніву, боротьба між народовцями й москвофілами, арешти студентів, які брали у ній участь, були головною причиною того, що в 1877 р. часопис «Друг» перестав виходити. Після того досить довгий час студентство не могло створити власний друкований орган. Хоча і з'являлися редаговані ними видання, але суто студентського характеру вони не мали. Професор В. Янів назвав такі з них: «Слово», «Громадський друг», «Дзвін», «Молот», «Товариш», «Добра новина», «Гасло», «Праця».

І. Франко був співробітником журналу «Громадський друг», який почали видавати 1878 р. М. Павлик та група студентів з соціалістичними переконаннями. Конфіскації унеможливлювали його періодичність, тому було вирішено випускати збірки «Дзвін» і «Молот», а пізніше – «Дрібну бібліотеку» (до 1881 р. вийшло 14 випусків). На початку 1880 р. І. Франко почав видавати з І. Белеєм місячник «Світ», але журнал занепав у 1882 р. з матеріальних причин.

Однак на зламі століть ситуація помітно змінилась. Студентські організації поширювали свою діяльність не лише територіально, але й концептуально. На вічах студенти обговорювали загальнонаціональні проблеми, а також приєдналися до боротьби за український університет у Львові. В. Ленік писав, що студентське віче 13 липня 1899 р. вирішило, що необхідно мати студентський центральний орган, який був би зв'язковим між студентськими громадами та поодинокими діячами, а також координував

спільні дії. Створений на вічі організаційний комітет затвердив редакційну комісію майбутнього студентського журналу, до якої увійшли: О. Грабовський, С. Горук, Є. Косевич, А. Крушельницький, В. Старосольський, В. Темницький та Л. Цегельський [88].

Як відомо, 1 січня 1900 р. з'явився перший номер «Молодої України» – студентського часопису, який пропагував не тільки програму захисту етнографії українського народу, але й боротьби за політичну незалежність України. Видавці нового журналу прагнули «стати органом молоді всієї України» та об'єднати навколо себе, крім студентської молоді, також учнів середніх шкіл. «Молоду Україну» зустріли з великою прихильністю та були готові підтримувати, але для цього час був несприятливим.

Студенти-організатори з Львівського університету змушені були роз'їхатися в різні університети Австро-Угорщини. Тому часопис виходив нерегулярно, а взимку 1903 р. взагалі припинив своє існування. Пізніше були ще дві спроби відновити журнал, але без успіху. Спочатку випустили три номери; при другій спробі 1910 р. – сім. Редактором журналу в 1905 р. був В. Панейко. Редакторами останніх номерів були М. Вітошинський та О. Лотоцький. Тоді часопис став офіційним органом новоствореного у 1909 р. Українського студентського союзу.

Майже одночасно з появою студентської «Молодої України» у Львові було започатковане видання молодіжного журналу «Гайдамаки». Редагував та випускав його педагог, а згодом посол австрійського парламенту М. Петрицький. Маючи непогану матеріальну базу, журнал видавали періодично з 1902 до 1907 р. Там часто публікували статті про національні ідеї, і робили це безкомпромісно та гостро. Гімназійній молоді така позиція журналу подобалася, тому він був дуже популярним.

Трохи по-іншому ставилася молодь до «Іскри», призначеної для учнів середніх шкіл. Перший номер видали у 1903 р. у Львові, але через матеріальні труднощі журнал «переїхав» до Чернівців, де і припинив своє

існування. Були спроби його відновити у 1905 р. в Ярославлі як «орган соціалістичної молоді» [88], але знову безуспішно.

За даними з різних наукових джерел відомо, що напередодні Першої світової війни виникла ідея створення єдиного всеукраїнського студентського центру, який охоплював би також старшу гімназійну молодь [43, 66, 88].

Почали видавати газету «Шляхи» – друкований орган українського студентства Австрії, яку друкували двічі на місяць у Львові як видання товариства «Український студентський союз». У ньому публікували усі події з життя усієї української молоді (як австрійської, так і російської України). Вважаємо, що така позиція часопису допомагала зміцнювати зв'язки між студентськими організаціями та молоддю, які проживали по обидва боки кордону. Публікації в «Шляхах» вказували на успіхи й недоліки в житті молодих українців і визначали завдання українського студентства в суспільно-політичному та культурному житті народу. Важливо й те, що на сторінках «Шляхів» порушували питання етичної та естетичної культури, передусім зверталась увага на самостійницький рух, обговорювались суспільно-економічні проблеми. Журнал виходив спочатку за редакцією Ф. Федорціва, а пізніше – Ю. Охримовича. Часопис був органом УСС і під час війни, тоді як «Жите» і «Відгуки» з початком воєнних дій припинили своє існування.

Окрім співробітників та студентів у журналі публікували свої статті відомі публіцисти і письменники: доктор Д. Дністрянський, М. Павлик, М. Лозинський, доктор О. Назарук, М. Яцків, Д. Донцов, В. Левіцький, посол Л. Цегельський, О. Грицай, Р. Заклинський.

У 1912 р. у Львові почав виходити друком соціал-радикальний журнал «Жите», в редакційній колегії якого були М. Павлик, О. Безпалко та Р. Заклинський. Роком пізніше з'явилися «Відгуки» за редакцією І. Чмоли, які були антиподом «Житю». Зрозуміло, що окрім цих студентських та молодіжних видань у Львові та в інших містах Галичини і Буковини, у ті роки видавали й газети, які мали всього декілька випусків: «З. О. Ф. орган

української студентської організації», «Мітла», «Бджола», «Комар», «Циган», «Вічний революціонер» – у Львові, «Життя» в Коломиї, а в Бережанах «Баба».

На відміну від Західноукраїнській земель, на Великій Україні студентську видавничу діяльність унеможлилювали утиски і поліцейський режим. Але й там були спроби видавати хоча б рукописні видання. Одним із перших на зламі століть, писав А. Животко, була «Плахта», що виходила у Полтаві, мабуть, завдяки зусиллям редакторів та співробітників В. Королів-Старого, С. Петлюри, Г. Гречанівського (брата С. Петлюри). У Подільській духовній семінарії 1901 – 1902 рр. видавали «Пробу сил» за редакцією П. Богацького, а в Житомирській духовній семінарії – двомовну «Мисль» [47; 71].

Професійнішими були «короткотривалий» нелегальний журнал «Вісник Української київської студентської громади» (у 1903 р. видано два номери) і «Український студент», що почав виходити збірниками в 1913 р. Ці видання вважали офіційним друкованим органом Головної ради українського студентства, але співробітниками були не тільки студенти, а й визначні громадські діячі: брати М. та О. Грушевські, Д. Дорошенко, С. Єфремов, П. Плевако та інші. Друком було видано три збірники. Журнали відзначалися багатим різноманітним змістом. Вони широко висвітлювали студентські проблеми та національне життя українського народу.

Про видавничу діяльність студентів у ті часи поза Україною немає ніяких відомостей, крім згадки у праці В. Леника «Громадянина», два номери якого видав у Петербурзькому політехнічному інституті Є. Неронович [88].

Також студенти взяли участь у підготовці селянських страйків 1902 р. та реформ виборчої системи. Напередодні та в роки Першої світової війни, зазначає Р. Ковалюк, з'явилися публікації про нові тенденції у молодіжному середовищі – участь студентів і гімназійної молоді в Легіоні Українських січових стрільців [66]. Зокрема О. Тичишин пише, що громадянська активність молоді зреалізована в організаціях «Сокіл», «Січ», «Пласт», таємних військових гуртках, в товаристві «Українські січові стрільці» та їхній пресі («Вісти з Запорожжя», «Січові вісти», «Відгуки») [165].

Наголошено на важливості ідейної зрілості молодіжного середовища: на сторінках молодіжної преси з'явилася ідея незалежності України.

Проаналізовані нами історичні матеріали дають змогу зробити висновок, що на виникнення і розвиток студентської преси мали неабиякий вплив суспільно-політичні умови. Тому її можна назвати віддзеркаленням подій, які відбувалися у суспільстві. Зважаючи на вивчене варто сказати, що студенти, очевидно, впливали на розвиток суспільних, а іноді і політичних подій у тогочасному суспільстві, гуртуючись та створюючи організації, їхні друковані органи (газети).

Попри утиски періодики на Західноукраїнських землях та Наддніпрянській Україні, студентська молодь знаходила можливість випускати періодичні видання та висловлювати у публікаціях свої політичні та ідеологічні переконання.

## **1. 2. Видавничий розвиток студентської преси на Наддніпрянській Україні, Західноукраїнських землях.**

### **Преса студентів-емігрантів (з 1914 р. по 1945 р.)**

Другий період в історії студентської преси розпочався приблизно у роки Першої світової війни. Як нами вже зазначалося, ще задовго до 1914 р. серед української молоді панували пронаціональні настрої (що відображалось у виданій пресі), які з кожним роком все більше посилювалися і поширювалися. Але це не стосувалося Наддніпрянської України, де і надалі панував контроль з боку радянської влади.

Характерною особливістю кінця XIX – початку XX ст. став активний розвиток преси як в географічному, так і в типологічному аспектах, адже у цей час відбувся перерозподіл періодики за регіонами. Варто сказати, що за темпами зростання на перший план вийшла провінційна преса. В цей період, на думку О. Хобти, зародилися й активно розвивалися нові типи періодичних видань, зокрема виникала спеціалізована преса: педагогічна, дитяча, медична, студентська, військова, спортивна, літературна, гумористично-сатирична, мистецька, тощо [178].

Дослідження видань, які випускали до 1917 р. на території Великої України, дали можливість здійснити їхню класифікацію. Прийнятим принципом класифікування вважають положення, запропоноване І. Копотієнко, в основу якого покладено дві ознаки: масштаб і профіль (видавець) друкованого органу. Використовуючи цю методику, ним було виокремлено такі групи періодичної преси [72]:

- видання молодіжних організацій;
- газети і журнали політичних партій;
- офіційна преса;
- інші суспільно-політичні і літературні видання.

На підставі цієї класифікації нами зроблено висновки, що тоді виходило друком чимало молодіжних видань. У ті часи поняття «молодь», напевно, мало трохи інше значення, але на сьогоднішній день в Україні згідно зі словниками та твердженнями науковців, молодими громадянами є особи віком приблизно від 14 до 30 – 35 років [13, 110, 154]. Тоді, зазвичай, усі молодіжні видання були певним чином студентськими, оскільки в таких газетах дуже часто писали про проблеми цієї соціальної групи. Варто погодитися з твердженням К. Розанова, у якому написано, що студентська періодика – це газети і журнали, головним автором, читачем і героєм яких є студент [134]. Деякі тогочасні молодіжні видання можна вважати студентськими, адже авторами, читачами та головними героями такої преси були саме студенти. У той час, як і тепер, не було чіткого типологічного поділу періодики.

Зазначимо, що не кожна організація мала можливість придбати засоби для друкування. Таку можливість мали тільки великі спілки, що раніше сформувалися, або ті, яким надавали значну фінансову допомогу, наприклад політичні партії або громадські організації. Як пише І. Тюльченко, молодіжні видання виходили щотижня, а іноді без певного терміну, у міру накопичення матеріалу. Більшість газет і журналів випускали лише 1 – 2 номери, а потім переставали існувати [169]. Нам варто сказати, що ці видання мають певне значення для виявлення загальної політичної та ідеологічної спрямованості видавців, вивчення внутрішнього життя студентських спілок та організацій, які існували.

Основну частину досліджуваної періодики видавали в українських містах, і найбільше у Києві, оскільки там було створено багато молодіжних об'єднань. Ми вважаємо це свідченням того, що тогочасну пресу для студентів випускали здебільшого молодіжні (чи студентські) організації.

Виникнувши в певній місцевості, як показують дослідження, молодіжні газети не могли відсторонитися від подій, що відбувалися в країні та місті, і обмежитися лише зацікавленнями молоді чи проблемами вищих закладів

освіти. Майже у всіх перших номерах тодішніх газет опубліковані редакційні статті, в яких було описано мету і завдання організацій та їхніх друкованих органів, а також – майбутню тематику.

У газетах регулярно публікували детальні протоколи зборів та інформацію про діяльність Центральних Комітетів та їхніх комісій. Варто окремо згадати про щотижневу газету «Двухглавый орел» (видання Київського Патріотичного Товариства Молоді). Хоча її і видавали з 1911 р., редакція у кожному номері публікувала статтю, в якій характеризувала орієнтованість на відстоювання царського необмеженого самодержавства. Тут же запропонований каталог книг антисемітського характеру, що характеризує спрямованість організації і її друкованого органу, певна річ, що після Лютневої революції газета припинила своє існування [169].

Воєнний стан під час Першої світової війни обидві імперії хотіли використати для того, щоб назавжди придушити національно-визвольні змагання українців [121]. Примусово закривали українські видавництва, забороняли газети й журнали, що виходили українською мовою, серед яких були і студентські, припиняли діяльність «Просвіти» та самодіяльних творчих українських організацій. Не unikнули репресій і активні учасники українського національного руху.

Незважаючи на важкі обставини воєнного лихоліття, видання студентських газет, як стверджує В. Офіцинський, стало актуальним у першу чергу в зв'язку з тим, що виникла реальна можливість збільшити верству інтелігенції, нестачу якої постійно відчувало українське суспільство [117]. До того ж, кількість українських студентів у Галичині помітно збільшилася.

Окрім структурування за рівнем соціальності та політичності українського суспільства, політичної свідомості, морально-духовного стану, розвитку економічних установ, культурно-мистецького і науково-освітнього життя, західноукраїнська преса – зазначає С. Кость – була рупором української національної ідеї, відображала основну тенденцію найважливіших етапів її розвитку [75]. Варто сказати і про те, що інколи

бракувало коштів для видання, перешкоджала цензура чи політичні умови, міжпартійна неузгодженість, полеміка, слабкість політичної думки.

Дослідження показало, що у пресі з 1914 р. збережені відомості про ідейну боротьбу всередині самих молодіжних організацій. Зіткнення відбувалися перш за все в неоднорідних, міжпартійних за своїм складом об'єднаннях, зокрема, у Коаліційній Раді київського студентства, що вплинуло на публікації в газетах. Наприклад, газети «Революционная мысль» і «Вольная мысль» надали місце на шпальтах всім ідейним течіям, що входять до складу організації. Через це багато статей у газетах мають дискусійний характер.

В окремих газетах і журналах була рубрика «Хроника», у якій містилася інформація про виникнення та діяльність різних молодіжних організацій в містах та селах України. Кількість опублікованих повідомлень досить мізерна, проте там можна знайти фактичний матеріал, що не зберігся в інших джерелах. Аналогічну хроніку публікували і в інших періодичних виданнях.

Таким чином, велика частина публікацій в молодіжних виданнях мала агітаційний, пропагандистський характер, а отже, за змістом газетного матеріалу можна дізнатися про спрямованість засновників. Водночас видання молодіжних організацій публікували невелику кількість інформації, і не завжди охоплювали всі події, що відбувалися у молодіжному середовищі.

У цей період газети видавали великі партійні організації. Всі вони приділяли значну увагу молоді – студентській та робочій. У періодиці того часу міститься матеріал з обговоренням різноманітних проблем. У виданнях з великими накладами, як вважає І. Тюльченко, вагоме місце займали статті агітаційного характеру, звернені до молоді [169].

Під час війни та визвольних змагань на Надніпрянщині студентська преса занепала. У 1917 р. в Києві виходило «Стерно»; у 1920 р. в Кам'янці–Подільському – «Нова Думка». У Львові в той час випускали «Вісника Драгоманівської Організації».

Варто пам'ятати про військову періодику, адже єдина українська національна військова формація в складі австро-угорської армії (УСС), сформована з добровольців (практично усі з яких були студентами), що відгукнулися на заклик Головної Української Ради 6 серпня 1914 р., теж видавала свою пресу.

Зазначимо, що до організації «Січові Стрільці – 1» належали студенти вищих шкіл. За складом і програмою ця структура була прообразом школи старшин, в якій багато уваги приділяли ідеологічному вихованню молоді під гаслом збройної боротьби за державність нації. На початку 1913 р. організація почала видавати ідеологічний журнал «Відгуки», який редагував студент Львівського університету О. Кучерішка. Девізом цього видання було гасло «Українська держава і збройна боротьба за її самостійність». Багато матеріалів журналу стосувалося військового вишколу студентської молоді.

Саме в національному підрозділі австрійської армії – Українському Січовому Стрільцтві – вперше за всю українську історію почали видавати військові часописи. Першу стрілецьку пресу випускали на фронті. Це були рукописні чи розмножені на гектографі<sup>50</sup> видання. Вони виходили за дозволом командування, друкували їх на стрілецькі кошти, які надходили з продажу часописів, та на пожертвування стрільців. Наклад цих видань був незначним – від декількох десятків до декількох сотень примірників. Однак вони охоплювали широке коло читачів через те, що їх передавали одне одному.

Як відомо, з утворенням легіону почала працювати Пресова Квартира УСС, одним із завдань якої було підготовка матеріалів історії Січових Стрільців. Матеріали подавали і представники Квартири, і самі стрільці, які писали та надсилали відомості до «Головної книги УСС». Тут, зокрема, як зазначає С. Сегеда, на 1 травня 1916 р. кількість грамотних серед стрільців становлять 82,783 %, неграмотних – 10,117 %, нема даних щодо 7,1 % [140]. Таким чином ці дані можуть свідчити про значний вплив преси на стрільців,

---

<sup>50</sup> Гектограф – копіювальний прилад для розмноження (до 100 відбитків) тексту й ілюстрацій [168].

а висока грамотність контингенту зумовила потребу в друкованому слові, вона була однією з причин виникнення і розвитку військової преси. Поширенню друкованого слова сприяли також читання вголос та обговорення прочитаного, які влаштовували стрільці.

Революція і створення Тимчасового уряду в Росії, створення Центральної Ради у підмосковській Україні, боротьба між Центральною Радою і більшовиками за владу, проголошення універсалів, а трохи пізніше новий уряд – гетьмана П. Скоропадського, без сумнівів, впливали на пресу. Вже у 20-их роках політична ситуація стабілізувалася – утворилася УРСР [121]. Звичайно, все контролювала нова проросійська влада, тому про свободу слова у пресі говорити не доводилося. Це все не сприяло розвитку студентських періодичних видань.

У міжвоєнному періоді розвитку західноукраїнської преси (1919 – 1939 рр.) формувалася розгалужена структура молодіжної періодики. Зазначимо, що молодь відновлювала професійні організації, розбудовувала мережу українських громадських установ, підтримувала становлення української спільноти як національного організму. У той час було встановлено структурні особливості преси, що визначалися такими ознаками, як приналежність до організації, її видавець, регіональний рівень, ідеологія, характер і соціальний статус аудиторії видання.

Молодіжне середовище, справедливо писав О. Тимчишин, підтримувало ідею державності й соборності, було соціальною силою, на яку опиралася УВО<sup>51</sup>. Відбудова організованого молодіжного життя в умовах польської окупації відбувалася важко, молодь підтримала змагання за українські права й інтереси, що і висвітлювалося у їхній періодиці [165].

«Університетська проблема» як напрям українсько-польського протистояння відображала боротьбу за державність. Молодіжні ідеологічні організації (ГУНМ<sup>52</sup>, ЛУН<sup>53</sup>, СУНМ<sup>54</sup> разом з УВО) стали основою для

---

<sup>51</sup> УВО – Українська військова організація [45].

<sup>52</sup> ГУНМ – Група Української Національної Молоді [65].

утворення Організації українських націоналістів [165]. Спроба легальних політичних партій «нормалізувати» стосунки з владою наштовхнулася на активний опір молоді. Проаналізувавши розвиток і формування молодіжної преси міжвоєнної доби можна сказати, що вона у повоєнний період продовжувала політичне виховання своїх читачів. Друкована пропаганда набула сили у міждержавних стосунках, політичній діяльності. Молодіжні організації, товариства видавали друкований орган, ставали ідейно-ідеологічним осередком і організаційним центром діяльності.

Вивчення діяльності студентських гуртків дає змогу дізнатися про те, яким чином зароджувались їхні видання у 1920-их роках на території Наддніпрянської України. Адже навчання студентства полягало не лише в академічному навантаженні, але й у внутрішній роботі вищого навчального закладу, до якої належали: масова політико-освітня діяльність, науково-академічна й професійна пропаганда, організація та діяльність студентської преси та ін. Ця діяльність відбувалася шляхом організації різних гуртків, вечірок, політико-агітаційних та літературних судів, професійних вечорів. Наставниками гуртків були викладачі, аспіранти, студенти старших курсів.

Отже, для створення гуртків необхідно було найменше 5 осіб. До написаної ініціаторами заяви додавались висновки агітаційного комітету, партійного осередку, культурного відділу професійного комітету про потребу створення гуртка. Видати дозвіл також мало окружне бюро сприяння войовничих матеріалістів, а в разі його відсутності – Центральне бюро груп сприяння у м. Харків в Інституті марксизму. Членом гуртка міг бути будь-який студент, аспірант, викладач, професор, який у своїй практичній роботі брав участь у партійному житті в цілому, та в навчальному закладі зокрема. Вони отримували квитки, сплачували до загальної каси внески, використовуючи їх на потреби групи. На зборах для забезпечення керівництва обиралась президія в складі 2 – 5 осіб, яка розробляла програму

---

<sup>53</sup> ЛУН – Легія Українських Націоналістів [65].

<sup>54</sup> СУНМ – Союз української націоналістичної молоді [43].

діяльності, що узгоджувалась із Центральним бюро. Ці гуртки могли мати у своєму складі декілька секцій, учасники однієї з них видавали «живу газету».

Також, окрім звичайних друкованих видань, правління навчальних закладів забезпечувало осередки усім необхідним для випуску стінгазет, в тому числі й гумористичних. Прикладом, вважає О. Лаврут, може бути випуск «Веселого студента» Харківського медичного інституту, на сторінках якого публікували товариські шаржі, карикатури на викладачів, представників студентських організацій [85].

За роки радянського режиму на Наддніпрянській Україні сформувалася партійно-комсомольська преса, яка, без сумнівів, займалася пропагуванням комуністичних ідей серед студентства. Випуск усіх газет завжди цензурували, стосувалось це, звісно, й студентської періодики. До неї належали, як пише В. Кондик, зокрема, такі видання як «Студент революції» (1922 р., двомовний місячник Центрального і Харківського Бюро пролетарського студентства); «Молоді загони» (1925 р., орган організації ЛКСМУ<sup>55</sup> Київського інституту народної освіти); «Студенти Жовтня» (1928 р., орган парткому ЛКСМУ). Одним із різних видів студентської преси в УРСР були стінгазети, яких на 1 січня 1977 р. у вищих навчальних закладах України виходило близько 60 [71], що, на нашу думку, є досить суперечливим фактом, адже у кожному навчальному закладі видавали по декілька стінгазет.

У Радянському Союзі існувала система, за якою функціонували практично всі офіційні видання, тобто своєрідний шаблон. З точки зору Г. Лози, всі видання, яких оплачували державними коштами, були типовими. У перші роки радянської влади було започатковано студентську пресу, яка містила короткі інформаційні повідомлення, нариси, фейлетони про життя інституту, професорського та студентського колективів [90].

Варто зазначити, що щороку зростала кількість газет, які мали певне ідейно-політичне спрямування, збільшувався актив студентів-

---

<sup>55</sup> ЛКСМУ – Ленінська Комуністична Спілка Молоді України [147].

кореспондентів. У кожному вищому навчальному закладі почали діяти свої органи преси. Активісти започатковували багатотиражні друковані видання, що сприяло випуску стіннівок на факультетах та в спеціалізованих відділеннях. Інститутські газети того часу були дійсно колективними організаторами, пропагандистами й агітаторами.

На всіх факультетах і навіть у групах видавали стіннівки, які гуртували студентську молодь. За роки свого існування преса вищих навчальних закладів багато зробила для поліпшення якості навчання, підвищення технічного та ідейно-політичного рівня кадрів, яких там готували. Багатотиражні та стінні газети, справедливо стверджує Г. Лоза, значну увагу приділяли партійному та комсомольському життю у ВНЗ<sup>56</sup>, марксистсько-ленінському вихованню студентів і викладачів. Велику роботу проводила преса в період підготовки виборів до Верховної Ради СРСР та УРСР. Навчальний процес, створення умов для виробничих занять завжди перебували в центрі уваги газет. Про виконання навчальних планів, якість викладання, трудову дисципліну, виробничу практику було написано майже в кожному номері [90].

На території Західної України видавали: науковий журнал «Історичний вісник» (1923 р.), місячник студентів-католиків «Поступ» (1921 р.). У відповідь на проникнення радянофільських тенденцій у студентському середовищі почали випускати націоналістичний журнал «Смолоскипи» (1927 р.). Союз українських студентських організацій під Польщею видавав офіційний журнал «Студентський шлях» (1931 р.) [29].

На Закарпатті у міжвоєнний період виходили студентські журнали «Подкарпатській студент» і «Лучшая доля»; на Буковині – журнал «Промінь» (1921 р.) і орган Союзу українських студентських організацій Румунії – журнал «Студентські вісті» (1935 р., як додаток до часописів «Час» і «Самостійність») [88].

---

<sup>56</sup> ВНЗ – вищі навчальні заклади.

Як відомо, у міжвоєнний час молодіжна преса на західноукраїнських землях була тісно пов'язана зі студентськими організаціями. Професійна організація українського студентства<sup>57</sup> видавала у Львові нелегальний літографований «Наш Шлях» (1922 р.; з 1923 р. «Студентські Вісті»), непартійний журнал, що містив серед іншої інформації ще і відомості про переслідування українського студентства й таємних шкіл. Студентський «Історичний Вістник» (1923 р.) публікував наукові матеріали. Із закриттям таємних шкіл 1925 р. темпи виходу студентської преси сповільнилися. Тільки католики видавали журнал «Студентський Вістник – Поступ» (1921 – 1931 рр.), який з 1927 р. став літературним місячником. Студентство москвофільського напрямку видало 4 частини піврічника «Разсвѣтъ», редакторами якого були Б. Трут і Я. Кмицикевич.

Зазначимо, що студенти активно видавали газети і за межами тодішньої України. Громади української молоді, яка навчалася у вищих закладах освіти Варшави, Відня, Праги, Берліна також мали свої видання. Українські студенти навіть заснували журнали у США (журнал Союзу українських студентських товариств Америки «Студентське слово» та «Вісник студентської громади Нью-Йорку»), в Аргентині (двомовний орган місцевого Союзу українського студентства «Студентське життя»), Канаді та Австралії [71].

Важливим центром преси студентської молоді була у 1920-их рр. Прага (у меншій мірі Подєбради), де навчалося майже 1900 українських студентів (1924 р.), і де був створений Центральний Союз Українського Студентства<sup>58</sup>. Як пише О. Геменюк, це була центральна організація, заснована на III Всеукраїнському студентському конгресі (20 червня – 8 липня 1922 р.) у Празі, яка з 1922 р. координувала працю й об'єднувала українських студентів поза СРСР [29]. Тут виходив друком його орган ЦеСУС «Студентський Вістник» (1923 – 1931 рр.), який виконував функцію зв'язку між українським студентством у різних країнах. Тимчасовими були регіональні видання:

---

<sup>57</sup> Професійна організація українського студентства – Профорус [96].

<sup>58</sup> Центральний Союз Українського студентства – ЦеСУС [29]

«Дніпро», орган студентів-емігрантів з України (1923 р.); «Змагання» – студентів північно-західних земель (1930 р.) та органи товариств при окремих вищих навчальних установах: «Наша Громада» (Академія Громади студентів Української Господарської Академії в Подєбрадах, з 1924 р.) і «Спудей» (Академії Громади студентів Українського Педагогічного Інституту ім. М. Драгоманова, 1925 – 1926 рр., який редагував Б. Гомзина). Деякі видання віддзеркалювали політичну диференціацію студентства у Празі: місячник націоналістичної молоді «Національна Думка» (1924 – 1928 рр.); неперіодичний соціальний журнал «Життя» (1924 – 1925 рр.), його продовження – «Вартовий» (1926 – 1929 рр.); радянським був орган спілки студентів-громадян УРСР «Вперед». У Берліні випускали «Спартак» (центральный орган Комуністичної Спілки Молоді Західної України, 1926 – 1928 рр.), який нелегально передавали на західноукраїнські землі.

У міжвоєнний період у Львові виходив місячник «Студентський Шлях» (1931 – 1934 рр.), українське офіційне видання Союзу Студентських Організацій у Польщі (з припиненням «Студентського Вісника» у Празі – також Центрального Союзу Українського Студентства). Після його закриття польською владою відновлено «Студентський Вісник» у Львові (1938 – 1939 рр.). На Буковині часопис «Час» і журнал «Самостійність» інколи публікували студентські сторінки [88].

Під час німецької окупації існувала система видань Українського центрального комітету «Студентський Прапор» (1943 – 1944 рр.) [42], а для студентів у Німеччині видавали циклостильний<sup>59</sup> «Бюлетень Націоналістичної Організації Українського Студентства» (1941 – 1945 рр.), редактором якого був В. Рудко.

Студентська преса до 1945 р. висвітлювала динаміку життя молоді, яка навчалася у вищих закладах освіти Німеччини й Австрії. За словами В. Кондика, у Мюнхені з 1945 р. почали виходити «Студентський

---

<sup>59</sup> Циклостиль та неоциклостиль – прилад, за допомогою якого можна отримати численні копії написаного від руки або надрукованого на друкарській машинці [145].

Інформатор», тижневик «Студент», що змінив назву на «Студентські Вісті» (1946 – 1948 рр.) і «Семінарійні Вісті» Богословсько-Педагогічної Академії. Студентські громади в Авґсбурзі й Регенсбурзі видавали журнал «Студентська Думка» [71].

Отож, підсумовуючи проаналізоване, нам варто сказати, що під час другого періоду розвитку української студентської періодики на території Наддніпрянської України уже діяла радянська влада і встановлювала свої правила щодо виходу преси. Урядовці були зацікавлені у тому, щоб контролювати молодих людей, які навчалися в університетах, та ідеологічно заангажувати їх.

Зазначимо, що на Західній Україні ситуація була трохи ліпшою, та все ж студенти теж не завжди мали можливість вільно висловлюватися на сторінках своїх періодичних видань та видавати газети. В цей період багато студентів емігрувало за кордон, де і створювали свої спілки та організації. Таким чином почала розвиватися українська студентська періодика в багатьох інших країнах світу.

### 1. 3. Розвиток студентської преси в УРСР (з 1945 р. до 1991 р.)

Після того, як СРСР захопив західноукраїнські землі, приєднавши їх до Наддніпрянської України, ситуація у пресовиданні змінилася. Внаслідок встановлення радянської влади на західноукраїнських землях студентська періодика занепала. Після Другої світової війни в Радянській Україні домінувала комсомольська преса. Саме в ці нелегкі часи і розпочався третій період розвитку студентських видань. Дослідження показують, що навіть за таких обставин студенти видавали різноманітні «самвидавні» газети, інколи просто публіцистичні праці політичного характеру, які були чіткою опозицією до влади. Проте, як стверджує В. Кондик, видання таких газет негайно припиняла каральна система, авторів часто «запрошували» в управління та відділи КДБ, виганяли з навчальних закладів [71].

Тоді як за кордоном видавати свою пресу українським студентам не забороняли. Центральний Союз Українського Студентства видавав офіційне видання «Вісник». Ідеологічне забарвлення мали журнал «Стежі» (група ОУН А. Мельника), і «Студентський Шлях» (ОУН С. Бандери). Орган Українського Мистецького Фронту Молодих в Інсбруці випускав «Звено». Після об'єднання обох студентських центрів 1947 р. відновлено спільний «Студентський Вісник».

Студентські ідеологічні об'єднання, наприклад, Федерація Товариств Українських Студентів-католиків видавала бюлетень «Обнова» (згодом «Обновлянин»), «Зарево» – потім «Розбудову Держави» (1949 – 1957 рр., 22 частини); Товариство Української Студіюючої Молоді ім. М. Міхновського – неперіодичний журнал «Фенікс» (1950 – 1976 рр.), видано 15 випусків.

Після масового переселення українців за океан під кінець 1940-их рр. студентська преса помітно змінилася. З виникненням нових студентських

організацій Союзу Українських Студентських Товариств Америки<sup>60</sup>, почав виходити (у 1954 – 1972 рр.) додаток до газети «Свобода», «Студентське Слово» (видано 130 частин), в 1956 – 1968 рр. – самостійний журнал «Горизонти» (видано 12 номерів). На початку 1960-их рр. вийшло друком декілька випусків бюлетеня Українського Студентського Музею-Архіву з точною бібліографією студентських видань у діаспорі, редактором якого був О. Зінкевич. У Канаді в 1956 – 1961 рр. виходить двомовний «Бюлетень» Союзу Українського Студентства Канади, з 1968 р. у Торонто «Студент» (до лютого 1978 р. вийшло 43 номери).

Як відомо, найдавнішим журналом у Південній Америці був «Цвіркун», журнал студентів-василіян у Курітібі (Бразилія), з 1955 р. видано близько 160 випусків. Органом Союзу Українських Аргентинських Студентів було «Студентське Життя» (1959 – 1961 рр., 20 номерів), в Австралії – «Студентське Око» (орган Української Студентської Громади у Вікторії, 1969 – 1973 рр., 25 випусків).

Союз Українських Студентів Європи<sup>61</sup> видавав адміністративно-інформаційний циклостильний «Бюлетень» (27 номерів по лютий 1978 р.). Хоча й тоді, зазначає В. Кондик, бракувало єдиного центрального органу, що координував би працю загалу студентства в усій діаспорі [43; 71].

Звичайно, в УРСР виходило також чимало студентських періодичних видань, але, на відміну від закордонних, усі вони контролювались владними структурами. Завдяки тому, що наприкінці зими 1956 р. відбувся XX з'їзд КПРС, почалися важливі зміни у розвитку країни. Проголошено, зокрема, новий економічний курс та відродження демократичних засад у діяльності партії, а також перехід від «холодної війни» до політики мирного співіснування [55]. Що ж стосується ЗМІ, то, на нашу думку, суттєві зміни так і не відбулися.

---

<sup>60</sup> Союзу Українських Студентських Товариств Америки – СУСТА [155].

<sup>61</sup> Союз Українських Студентських Товариств в Європі – СУСТЕ [44].

Вивчення матеріалів показало, що у радянському суспільстві преса, радіо, телебачення були, в першу чергу, інструментами ідеологічної роботи партії. Не випадково у 1960-і рр. урядовці запропонували гасло «загострення ідеологічної боротьби» (дещо змінена формула «загострення класової боротьби» 1930-х рр.), обгрунтовуючи необхідність «викриття підступів ворогів соціалізму». Але головне завдання радянської журналістики полягало у формуванні єдиної міжнаціональної спільноти – радянської. Під гучними назвами статей та гаслами друкували малозмістовні матеріали, написані в стилі агіток. Пресу заповнили шаблони та стереотипи [55].

Назви республіканських і обласних молодіжних газет, що склалися з середини 60-х рр. після ліквідації міжобласних редакцій, підпорядкованих безпосередньо ЦК комсомолу республіки, також віддзеркалювали це монопольне право і сприймалися як політичне кліше. На зміну «сталінським» назвам, як пише М. Тимошик, знову з'явилися «ленінські» заголовки – «Ленінська молодь» (Львів), «Ленінська зміна» (Харків), «Молодий ленінець» (Луцьк), «Ленінський прапор» (Херсон), «Ленінське плем'я» (Миколаїв). У назвах 10 з 25 обласних і двох республіканських молодіжних газет України повторювалися слова «комсомолец», «комсомольський» у поєднанні з такими ж заідеологізованими поняттями, як «прапор», «іскра», «зміна», «плем'я», «гарт» [163].

У 1950-их роках в Ужгороді почали видавати багатотиражний «Радянський Студент». Зазначимо, що тодішня влада з усіх сил намагалася викоренити традиції студентської преси, замінивши її комсомольськими виданнями. У деяких вищих школах видавали циклостилем друковані періодичні чи неперіодичні журнали з локальним колоритом, без ширшої проблематики. Характерним для радянських умов були також «стінгазети», де описували події з життя навчальних закладів; звичайно, їх не можна назвати періодичними. З 1969 р. почав виходити «Студентський гарт», тижневий додаток до республіканської газети «Молодь України». Як стверджує В. Кондик, цю газету можна вважати першим партійним

молодіжним періодичним виданням [71], але, як нам відомо, партійна молодіжна преса існувала і задовго до того. Проте існували й нелегальні видання, які висвітлювали відмінну від офіційної преси думку. В українській радянській історіографії акцент у дослідженні студентського руху, на думку Р. Ковалюка, було перенесено на участь молоді в соціально-революційній боротьбі, насамперед під керівництвом комуністичної партії. Всі інші вияви студентської активності трактувалися як «буржуазно-націоналістичний рух» [66].

У тісному зв'язку з партійними, професійними і комсомольськими організаціями, а також керівництвом поодиноких ВНЗ діяли добровільні масові об'єднання студентства, зокрема наукові й спортивні. При вищих закладах освіти існували студентські клуби, які координували працю різних гуртків і секцій (спортивних, туристичних, мистецьких, театральних, музичних, атеїстичних тощо). Були також і гуртки, які випускали газети, а учасники деяких клубів та організацій теж займалися виданням преси.

Національно свідоме українське студентство не задовольнялося цими офіційними формами студентського життя і брало участь в українському русі опору. Починаючи з 1960-их рр., студенти Київського університету щорічно організовували в травні маніфестації біля пам'ятника Шевченку; серед «шестидесятників» і гуртків «творчої молоді» було багато юнаків і дівчат. Вони домагалися викладання українською мовою, поваги й шанування української культури, виступали проти примусових польових робіт, а також відверто критикували політику уряду. В Україні студенти видавали у 1970-их роках нелегальні журнали «Поступ» і «Корито». За участь у русі опору радянська влада проводила «чистки» й арештовувала студентство Київського, Чернівецького, Дніпропетровського та інших університетів; особливо сильно постраждали студенти Львівського університету в 1973 р. Тоді ЦК КПРС видав таємну інструкцію, щоб до вищих навчальних закладів західної України приймали не більше 25% місцевої молоді [43].

Увесь цей час в Українській Радянській Соціалістичній Республіці, попри такі жорсткі покарання та тоталітарний режим, у студентів все ж знаходились сили та можливості для випуску газет. На нашу думку, це явище, очевидно, існувало тому, що всі офіційно зареєстровані студентські газети, які існували на той час, практично не відрізнялися одна від одної тематикою та публікаціями.

Розвиток інформаційно-жанрової палітри молодіжної газети, як і усієї преси загалом, як уже відомо, відбувався під пріоритетами високої ідейності, партійності, народності, масовості, критики і самокритики, оскільки читачами таких видань були переважно молоді люди, комсомольці, юні будівники комунізму, як тоді вважалося. Така ідейна спрямованість не могла не позначитися на особливостях функціонування інформаційних жанрів, їхніх різновидах та специфічному призначенні для певної вікової категорії читацької аудиторії. Як вважає М. Дяченко, жанрова палітра молодіжної газети 60-х – 80-х років ХХ ст. розвивалася у тісному зв'язку з формуванням ідейно-тематичного комплексу відповідно до суспільних реалій і завдань комуністичного виховання молоді: ідейно-теоретичного, трудового морального, військово-патріотичного, інтернаціонального, естетичного, правового, фізичного, виховання у комсомольців дисципліни і свідомості [41].

Оперативна інформація на шпальтах, певна річ, була двох видів: загальна (повідомлення про різні аспекти життя країни, міжнародні новини) і молодіжна, що відображала події, факти з життя комсомольців і молоді та домінувала на сторінках газети. Тематика газетних репортажів у регіональних виданнях для молоді різна, у них відображені всі сторони радянської дійсності. Основна тема – відображення етапів створення так званого розвинутого соціалістичного суспільства, будівника комуністичного суспільства.

Отже, палітра інформаційних жанрів на шпальтах молодіжної регіональної преси 60 – 90-х рр. ХХ ст. досить різноманітна. Жанрово домінантними в цей період були замітка, репортаж, інтерв'ю, що визначало

характер і особливості кожного номеру газети серйозно впливало на ідейно-політичне та моральне виховання молодих читачів [41].

Про контролювання студентської преси у радянські часи писала О. Ткач, що така періодика існувала на догоду вищим ешелонам влади, цензурувалася і за найменші відхилення редактора суворо карали. Перед тим як підписати до друку випуск, треба було віднести на читку до цензора, який був у друкарні [166].

У ті часи, коли вся вітчизняна преса називалася партійно-радянською, її функції виводилися з «ленінської формули»: «Газета – це колективний пропагандист, колективний агітатор і колективний організатор». Відповідно, преса виконувала пропагандистські, агітаційні та організаторські функції. Агітувати треба було фактами, в основному, позитивними, які підтверджують правильність курсу Комуністичної партії і Радянського уряду. Агітація розглядалася скоріше тактикою, а стратегічним напрямом визнавалася пропаганда ідей марксизму-ленінізму як єдиного правильного вчення, непорушного у своїх гаслах і постулатах. За словами Л. Цвик, у всіх редакціях існували відділи пропаганди, а також відділи комуністичного виховання, бо в якості допоміжної тодішні теоретики визнавали також виховну функцію [181].

Таким чином, партійно-радянська преса повинна була агітувати за Радянську владу, пропагувати ідеї марксизму-ленінізму, виховувати трудящих у дусі відданості комунізму та організовувати народні маси на нові трудові подвиги, виконання рішень партійних з'їздів та урядових постанов. Все це, зрозуміло, не має нічого спільного з справжніми завданнями і покликанням демократичної журналістики.

Зважаючи на тодішні обставини і умови пресовидання, студенти хотіли займатися самвидавом. Можемо зробити висновки, що їм було нецікаво читати все те, що було контрольованим та передбаченим з боку влади. Люди цієї соціальної групи завжди були активними та допитливими, тому вони публікували в нелегальних газетах свої думки, відстоюючи власну

громадянську позицію. У багатьох випадках вони самостійно тиражували та розповсюджували ці видання.

Власне, як ми вважаємо, самвидав став реакцією суспільства на заборони та приховування інформації, відсутність у країні свободи слова, пригноблення духовної свободи та інакомислення, на штучне обмеження кола читання. Самвидавські газети і журнали являли собою опозиційне, альтернативне офіційній, панівній ідеології явище, засіб політичної боротьби опозиції. У видавничому плані самвидав – це явище невідцензурної періодичної преси, яке: 1) самореалізовувалось; 2) виходило без правової реєстрації та дотримання прийнятих редакторських стандартів і положень; 3) реалізовувалось у рукописному, машинописному чи на пізніших етапах комп'ютерному варіантах [55].

Зазначимо, що усю сукупність самвидавської літератури 1970-х рр. можна розподілити на такі основні групи: 1) оригінальні тексти, створені авторами, які проживали на території країни, і нелегально розмножені; 2) передрук політичних і художніх творів із зарубіжних видань, нелегально ввезених до країни (використовувалися текстологічні публікації західноєвропейських країн, публікації видань зарубіжжя); 3) відтворення текстів заборонених авторів по книгах і журналах минулих років, які збереглися в особистих зібраннях і спецвідділах державних бібліотек.

Слід відзначити, що автори та поширювачі самвидавської літератури виявляли велику громадянську мужність, тому що їхні дії можна було трактувати статтею 190 («поширення свідомо брехливих... спаплюжених... вигадок...») і 70 («агітація та пропаганда, що проводиться з метою підризу...») Карного кодексу, і багато з них зазнали покарань у вигляді позбавлення волі [55]. Безперечно, що самвидав 1960-х – 1970-х рр. і початку 1980-х рр. відіграв роль збудника громадських змін, випереджаючи наперед пізніші політичні зміни. Під час перебудови самвидав вийшов з підпілля.

В 1970-х роках в країні з'явилося багато нових часописів. Деякі з них мали тільки один випуск, їх створювали і поширювали лише серед

товаришів. Тоді випускати такі газети було ризиковано, проте студенти все одно не здавалися і продовжували свою підпільну діяльність. Інколи такого типу газету «випускали» у декількох номерах, переписану від руки на аркушах А4 або в зошитах; зазвичай їх розповсюджували поміж найближчих товаришів. Такі газети містили жорстку сатиру на владні структури, описи студентського життя. Насправді це був лише перший крок до незалежних аналітичних видань, які зараз існують в Україні. Саме колишні учасники самвидавної преси розпочали творення сучасної незалежної української журналістики. Деякі з них і зараз продовжують працювати у цій сфері.

Без сумніву, кожен вищий заклад освіти має свою історію самвидаву. На нашу думку, саме такі видання демонстрували справжню позицію тогочасного студентства. Та не лише вищі навчальні заклади мали власні самвидавничі спілки. Самвидав існував давно, але найбільшого розквіту він досяг наприкінці 80-х років минулого століття. Як відомо, тоді почали виникати організації та об'єднання, так звані неофіційні структури, які пропагували ідею національного відродження, а різноманітні газети, листівки та бюлетені стали засобом зв'язку і залучення нових учасників до таких спільнот. Та не лише це було головною ідеєю самвидаву. У таких виданнях можна було публікувати свої думки і погляди на політичні, культурні та суспільні явища, а також відтворювати побут спілки, своєрідну хроніку подій.

Одним із найпотужніших тогочасних видань, стверджує Л. Ремажевська, був вісник Товариства Лева «Поступ», яким керував О. Кривенко. Він очолював ініціативну групу зі створення Товариства Лева. Згодом учасники товариства вирішили видавати у Вільнюсі самвидавну газету – «Поступ». Наклади її були надзвичайно малими, однак ця газета була цінна тим, що відображала тогочасні інтереси молоді, політичні погляди на ті події, які відбувалися у суспільстві: самвидавний «Поступ» виходив саме у неспокійні часи перебудови, а також «Революції на граніті» [132].

Майже кожен поважний вищий навчальний заклад мав самвидавні спілки. Студентські братства помітно впливали на формування

внутрішньополітичної ситуації в області, а інколи і в Україні. Однак зараз віднайти самвидав доволі складно, позаяк доволі велика частина матеріалів була знищена або загубилася [132]. Із прийняттям Закону СРСР «Про пресу та інші засоби масової інформації», а згодом і відповідного Закону Української РСР поступово зникала грань між офіційною та неофіційною пресою, видозмінилося й саме поняття «самвидав», оскільки на законних підставах він ставав доступним найширшому колу читачів, а отже, давав їм можливість додаткового вибору.

Найчисельнішими були молодіжні видання. Як зазначає М. Тимошик, у кожній області видавали свою молодіжну газету (великого або меншого формату, щоденну чи тричі на тиждень), а також дві республіканські – «Молодь України» та «Комсомольское знамя». Популярними були журнали «Ранок» і «Знання та праця». Наклади у них були вражаючими. Так, «Зірка» виходила щотижня більш ніж мільйонним накладом, а всеукраїнська «Молодь України» – понад півмільйонним накладом. Дуже великий за теперішніми мірками наклад обласних молодіжних видань – «Молодого буковинця» (Чернівці) 40 тисяч примірників, а «Ленінської молоді» (Львів) – до 200 тисяч примірників.

Для молодіжних та студентських газет свого часу склався і міцно утвердився порядок потрійного підпорядкування: цим типом періодики керували як комсомольські, так і партійні органи, а ще – партійні видавництва, де, як правило, друкували молодіжні видання. Найбільша влада, звичайно, належала партійним комітетам. Без їхніх погоджень не вирішувалося практично жодне серйозне не тільки творче, а й внутрішньоредакційне питання – чи це підготовка гостро критичного матеріалу, чи призначення завідувача відділу, не кажучи вже про редактора чи кореспондента.

Звичайно, редакції не завжди хотіли співпрацювати з представниками тодішньої влади. Перше серйозне «непорозуміння» між редакцією газети і її видавцем, що набуло широкого розголосу в республіці, трапилося у

Чернівцях. Керівництво обкому комсомолу категорично заборонило публікацію у «Молодому буковинці», в якій йшлося про несправедні дії деяких працівників правоохоронних органів і комсомольців області.

Як стало відомо, розповівши у республіканській молодіжній газеті про умови підпорядкування редакційного колективу обкому комсомолу, редактор житомирської «Комсомольської іскри» вирішив піти у відставку. Це викликало широкий резонанс у суспільстві. Рядовий донедавна випадок винесення бюро Черкаського обкому комсомолу догани редактору «Молоді Черкащини» за публікацію критичних читацьких листів про доцільність будівництва Чигиринської АЕС переріс незабаром у протистояння цілого журналістського колективу з апаратом обкому комсомолу. Приблизно за таким же сценарієм розвивалися події і в Одесі. Велику догану, яка мало не дійшла до оргвисновок, вчинили своєму спільному друкованому органу «Молодій гвардії», Київські обком і міськком комсомолу за публікації про кандидатів у народні депутати, які не представляли на виборах і не пропагували комсомол [162].

Вважаємо, що на зламі періодів відбулося своєрідне повернення до першого та другого етапів студентської преси, адже кожен молодіжний та студентський орган повинен був чітко дотримуватися певної політичної орієнтації, а також повинні показувати увесь спектр різноманітних переконань, окрім пропаганди насилля та фашизму.

Першою молодіжною газетою, що вийшла з-під опіки апарату й визначилася як орган обласної комсомольської організації, став Івано-Франківський «Комсомольський прапор» (з 1 січня 1990 р.). Невдовзі такого ж статусу набула львівська молодіжна газета «Ленінська молодь».

Знаковою подією у розвитку української молодіжної преси, на думку М. Тимошика, стало надання деяким виданням якісно нового статусу – загальнополітичної молодіжної газети «Молоді України», суспільно-політичного тижневика «Молоді Закарпаття», громадсько-політичного молодіжного вісника «Корчагінцю» (Хмельницький), громадсько-

політичного видання «Молодій гвардії» (Київ) та «Зміні» (Рівне). Все ще залишалися підпорядкованими одному засновнику – комітету комсомолу, проте, ці редакції отримали більше можливостей у свободі дій, у підтримці та розвитку демократії.

Також важливим кроком, що вніс суттєві зміни в характер взаємовідносин комітетів комсомолу з редакційними колективами було прийняття III Пленумом ЦК ВЛКСМ резолюції «Про молодіжні засоби масової інформації». Враховуючи ту обставину, що засоби масової інформації, згідно із Законом СРСР «Про пресу та інші засоби масової інформації», стали самостійними юридичними особами, які діють на основі власних статутів, трудові колективи газет набули права бути засновниками або співзасновниками видань.

Побачивши, що з'явилася можливість змінити практично все в системі, яка існувала, засновники молодіжних та студентських видань почали змінювати радянські назви друкованих комсомольських видань. Наприкінці 1990 р. ідею про перейменування молодіжних газет активно обговорювали на сторінках багатьох видань. Народний депутат СРСР Ю. Щербак порушив це питання щодо «Комсомольського знамя», молодий робітник Ю. Силаєв – «Кримського комсомольця». Редакція хмельницького «Корчагінця» розпочала на своїх сторінках активне обговорення варіантів нової назви газети: «Новий час», «Молодіжна трибуна», «Інформатор істини», «Ми і час». Читацькі конференції щодо зміни своїх назв оголосили у вересні-жовтні 1990 р. також «Комсомольське плем'я» (Вінниця), «Комсомольська зірка» (Житомир), «Ленінське плем'я» (Миколаїв).

Завдяки проаналізованим матеріалам відомо, що до цього декілька газет, не дочекавшись закінчення передплатного року, наважилися на такий крок. Прецедент у цьому, як й у випадку зміни гасла, створила львівська газета. Святковий номер «Ленінської молоді» за 1 березня 1990 р., коли їй виповнилося 50 років, відкривався редакційною статтею, де, зокрема, наголошувалось, що газета відзначає свій піввіковий ювілей у час, коли

з'явився шанс говорити людям правду, а також про те, що треба відродити довіру до газетного слова. Вже через місяць пленум обкому комсомолу своєю постановою затвердив ідею про зміну назви. Незважаючи на заборону Львівського обкому партії друкувати у партійному видавництві «Вільна Україна» газету з небажаним для апарату заголовком, номер «Молодої Галичини» читачі таки отримали.

Постановою бюро Івано-Франківського обкому комсомолу назву газети «Комсомольський прапор» змінено на «Світ молоді» як таку, що найбільше висвітлює суть газети та побажання громадськості. «Комсомолец Запоріжжя», відповідно до заяви Запорізького обкому комсомолу, отримав назву «МИГ: Молодежная информационно-публицистическая газета». «Молодою Волинню» став колишній луцький «Молодий ленінець». Із 1 січня 1991 р. «Комсомольське плем'я» стало «Панорамою» – і відбулося це на численні прохання читачів [162].

Послідовний, «мирний» процес реорганізації, докорінного оновлення наявної системи молодіжної преси в Україні, який розпочався 1989 р., значно ускладнився з середини 1990 р. Цьому посприяли дві важливі обставини: виведення молодіжної преси зі складу видавництв, що належать КПРС, та передача їх на баланс ВЛКСМ і різка зміна видавничої політики в країні, спричинена підготовкою поліграфічних, паперообробних підприємств до переходу на ринкові умови розвитку. Ці рішення були ухвалені напередодні різкого підвищення цін на все, що пов'язане з виробництвом і доставкою газет; на поліграфічні послуги (більше, ніж удвічі), на папір (втричі), на послуги зв'язку (вдвічі).

Цей великий масив друкованих ЗМІ, на думку М. Тимошика, постійно реорганізовуючись та вдосконалюючись, розвивався увесь період історії Радянського Союзу, і несподівано, майже раптово, зник із пострадянського інформаційного простору невдовзі після припинення існування цієї країни на початку 90-их рр. [163]. Вважаємо, що студентська періодика не зникла,

просто у ній почалися трансформаційні процеси у зв'язку зі зміною умов функціонування.

Підсумовуючи, нам варто сказати, що у радянський період студенти видавали різноманітну пресу для своїх колег і товаришів. Видання, які підтримував, фінансував і цензурував уряд практично не відрізнялися одне від одного – здебільшого публікували статті агітаційного характеру, писали про досягнення.

Були поширеними самвидави – у них студенти, які не мали бажання підпорядковуватися тодішній системі, писали про те, чого б ніколи не опублікували у багатотиражній пресі. Видаючи такі газети, студенти ризикували, оскільки через таке могли вигнати з вищого навчального закладу.

За кордоном ця преса теж дуже активно розвивалася – маючи можливість, студентські організації випускали періодичні видання і писали у них про бажання бачити Україну незалежною державою.

#### **1. 4. Загальна характеристика студентської періодики (з 1991 р.).**

##### **Порівняльний аналіз історичних періодів розвитку студентської преси**

Засоби масової інформації мають вплив на суспільну свідомість, також є важливим фактором соціалізації сучасної молоді. Згідно з концепцією відомого канадського соціолога і культуролога Г. Маклуена, ера мас-медіа та електронної інформації радикально змінює і життя людини, і її саму [39]. Ще десяток років тому особливий авторитет серед молоді мали друковані ЗМІ, нині цю функцію дедалі більше переймають інтернет-видання. За словами О. Васюти, процес розвитку засобів соціальної комунікації є динамічним та залежить від багатьох чинників [12]. Звичайно, це політико-історичні зміни, відсутність чи наявність цензури, а також редакційна політика.

Перманентним і важливим фактором соціалізації, який на думку А. Красуна та А. Васильєвої, може нав'язувати певні цінності та норми, модифікуючи їхню систему та уявлення студента вважають пресу [81]. Студентські ЗМІ, як вважає В. Маковій, формують світосприйняття молоді людини, розвивають її свідомість та виховують громадську позицію [99]. Зауважмо, що це очевидно, адже засоби інформації студентів, а зокрема і друковані періодичні видання завжди були реальним механізмом представлення інтересів та захисту прав цієї соціальної групи. Першою і найосновнішою завжди була функція інформування студентства, В. Маковій стверджує, що однією з функцій є розвиток особистості та формування її чіткої позиції [99]. Стосовно особливостей молодіжної преси Б. Лозовский вважає однією з альтернативних позицій трактування преси як засобу самовиховання молоді [91], а на думку М. Тимошика, окрім цього – ще й засобу її самоутвердження [162].

Особливості української студентської преси і їхній вплив на сучасну періодику можна визначити, здійснивши порівняльну характеристику

історичних етапів. Л. Шологон пише про те, що загалом видання українських студентських товариств XIX – початку XX ст. були цікавими, неординарними; вони намагалися як проінформувати читачів про свою діяльність, так і об'єднати молодь навколо українських національних ідей. Проте для них характерними були непрофесійність (редактори, як правило, були аматорами у журналістиці), брак коштів (студенти, здебільшого, самостійно збирали гроші на випуски) та короткий термін виходу у світ, що пояснювалося плінністю студентської генерації [189]. Зрозуміло, що останній фактор неабияк вплинув на те, що преса студентських товариств не дозволяє скласти цілісної картини громадської діяльності студентів та їхнього впливу на національно-культурний рух українців другої половини XIX – початку XX ст.

В СРСР, як відомо, преса була чітко підпорядкована провладним структурам, тому інформацію публікували, цензуруючи. Звичайно, були і самвидавні періодичні видання, але ними рідко коли займалися професіонали. Самвидав скоріше можна назвати явищем, яке розвивалося стихійно. Трохи змінилася ситуація в період, який передував набуттю незалежності. На думку М. Тимошика, саме напередодні розвалу СРСР, коли держави Союзу вже мали певні можливості на втілення своїх національних амбіцій, почала будуватися система національних засобів масової інформації, у тому числі й молодіжних [162].

Як стверджував Б. Черняков, майже сторічний період переважно нелегального видання і побутування журнальної періодики не міг не позначитися на її типологічних рисах. Це сприяло досить «чистому» типу видань і форм їхньої внутрішньовидової диференціації, адже суб'єктами видавничої діяльності були конспіративні колективи молоді, об'єднані спільними навчальними завданнями і побутом, які не розголошували своїх намірів ані педагогам, ані, здебільшого, й батькам, не кажучи вже про неможливість залучати до випусків професійних літераторів, журналістів, осіб, зайятих поза навчальною діяльністю [183].

Історичні особливості, як ми вважаємо, позначилися не тільки на типологічних рисах періодичних видань. Пропагандна, яку використовували в СРСР давала про себе знати у свідомості видавців та читачів, тому навіть після проголошення незалежності ще довго спосіб подачі матеріалу не змінювався. Прикладом для цього можуть бути навіть перші шпальти офіційних видань навчальних закладів – у радянські часи використовували портрети вождів, а на початку 90-их їх замінили на фотографії українських видатних діячів.

У 90-их роках, на нашу думку, стан преси був досить складним, адже через кризу закривали практично усі видання для студентської молоді, в ринкових умовах вони просто не могли існувати. У десятилітті 2000-их періодика для студентів почала активніше відновлюватися, реєструвалася все більша кількість друкованих видань. Звичайно, багато газет так і закінчили своє існування, не оформивши юридично документів – ця проблема існує і сьогодні. Підтверджено це, зокрема, опитуванням 78 редакторів студентських видань в 2008 р., яке показало, що їхні видання не завжди офіційно зареєстровані, а 57 % з них взагалі існують без реєстрації [114].

Сучасні студентські мас-медіа в Україні, стверджує В. Маковій, тільки починають вибудовувати свій інформаційний простір, тому вони ще не мають свого цілісного сформованого обличчя [99]. З цим твердженням нам важко погодитися, адже за період незалежності почала формуватися періодика і останніми роками кількість таких видань завдяки науково-технічному процесу збільшується та стрімко розвивається. Аналіз їхньої діяльності (див. дод. А.2) дає змогу зробити певні висновки та виокремити загальні риси, які об'єднують увесь масив цієї преси. Разом з друкованою студентською пресою виникає та розвивається також періодика в інтернеті (див. дод. А.3).

Статистика свідчить, що студентська молодь тепер менше читає, ніж колись. Водночас на сьогодні результати соціологічних досліджень підтверджують, що це одна з найактивніших груп споживачів на ринку інформації. У 2003 та 2010 рр. О. Злобіною для порівняння було опитано

українських студентів. Виявилося, що в Україні в 2003 р. (40,9 %) читали газети більше, ніж у 2010 (29,4 %). Щодо журналів, то статистика така: 2003 – 34,9 %; 2010 – 25,2 %. Зате час, який проводять студенти в інтернеті за ці роки збільшився: 2003 – 1,9 %; 2010 – 27,4 % [52]. Дослідження показують, що останніми роками дуже популярним засобом комунікації стала мережа. Студенти використовують інтернет для видання періодики.

На ринку молодіжних зареєстрованих видань, як стверджує О. Васюта, лише 4200 із більше, ніж 30000 видаються регулярно [12]. Під «молодіжними», очевидно, авторка розуміє ті, які орієнтовані на студентську аудиторію. Ми вважаємо, що описано характеристики власне студентських періодичних видань, а саме: орієнтація на доволі вузьке коло читачів, найчастіше, обмежене конкретним регіоном або навчальним закладом, не чітка дата виходу, вікова категорія. Що стосується незалежної періодики студентів, пише О. Васюта, то в умовах ринку суттєво знижується змістова цінність масових популярних видань для молоді, оскільки найвагомішою їхньою складовою стають реклама косметики, модного вбрання, кулінарні рецепти та інтерв'ю з псевдозірками [12].

Сьогодні, як нам відомо, студентська періодика виконує функцію так званого речника молоді, яка навчається у вищих закладах освіти. За допомогою періодичних видань студенти представляють свої інтереси, можуть захищати власні права. Поки що студентські ЗМІ та студентське самоврядування – єдині можливі засоби вираження думок більшої частини громади молоді, яка навчається у вищих навчальних закладах. На думку Н. Овдієнко, говорити про реальний або хоча б адекватний вплив студентської періодики поки що зарано [114]. Хоча насправді нам відомі факти, коли у ній публікували матеріали журналістських розслідувань, які допомагали прокуратурі виявляти злочинців.

Якщо вірити результатам опитування редакторів, то лише всього 37 % з них вважають себе незалежними від впливу адміністрацій вищих закладів освіти, решта говорили про те, що газета прискіпливо перечитується

керівництвом. Після вивчення проблем періодики для студентів, вважаємо, що цензура та фінансування – дві основні взаємопов’язані проблеми молодих видавців. Проблеми, які існують через фінансування, можуть суттєво змінювати редакційну політику студентського видання, мовні особливості, а також впливати на тематику опублікованих матеріалів.

Про те, якими могли б бути шляхи розвитку періодики і що варто змінити у системі, щоб поліпшити її, обговорювали на конференції редакторів студентських газет, що відбувалася в 2007 р. Як зазначив В. Маковій, учасники молодіжних ЗМІ заявили, що тільки шлях комерціалізації студентської періодики зробить її незалежною [99]. Але ми стверджуємо – щоб бути видавцями незалежних конкурентоспроможних видань, потрібні досконалі знання фахівців-видавців та економістів. Майже всі молоді газетярі визнають: жодне з таких видань не є прибутковим бізнес-проектом, тому не може вийти за межі університетів і стати конкурентоспроможним продуктом в інформаційному сенсі. Отже, в медіапросторі України ще не з’явилася прибуткова ніша для студентських локальних видань, Н. Овдієнко пише, що вони можуть існувати лише за наявності підтримки недержавного сектору та адміністрацій вищого закладу освіти [114].

На думку В. Маковія, потрібно провести всеукраїнські тренінги з розвитку студентських видань, щоб вони могли видавати якісний продукт. Це повинні бути лекції з комерціалізації видання, новинної журналістики, медіаменеджменту та стандартів незалежної журналістики. Потрібно звернути увагу також на пошук фінансів для молодіжної журналістики, грамотне оформлення проекту на отримання гранту та обміну досвідом між редакціями [99]. Проте з досвіду знаємо, що в більшості випадків до отримання грантів редакція просто саморозпускається, також ніхто не гарантує отримання коштів, тому на них не варто дуже сподіватися.

Дослідивши студентські видання, ми можемо стверджувати, що їхня особливість полягає у тому, що вони створені не фахівцями, а молодими людьми, які не знають всіх загальноприйнятих правил і просто вивчають у

тих газетах практичну журналістику. Якщо це майбутні видавці, то на навчанні їм розкажуть про все, що треба знати видавцям, якщо періодичне видання видають не майбутні фахівці з видавничої справи, то тренінги, лекції чи семінари їм просто не потрібні. Статистика опитування свідчить, що тільки 53 % редакцій студентських газет мають у власній команді студентів, які вчаться на журналістів.

У матеріалі А. Полуденко написано, що в Україні функціонує понад 80 факультетів журналістики та комунікації, але традицій сильної студентської періодики ми не маємо. Звичайно, існують студентські видання в Україні, які можуть бути достойно представлені на певному рівні, у Києві це: «Університет», «Київський політехнік», «Каменярь», «Академія», «Острозька академія», «Резонанс» тощо [124].

На відміну від України, навчальні заклади США набагато активніше розвивають цифрові комунікації, у кожному з них є власний медіацентр, де функціонують усі сучасні засоби масової інформації. Заклади освіти мають інтернет-версії друкованої продукції. Вони часто випускають по декілька газет, хоча їхня періодичність може бути різною. Наприклад, І. Жиленко описує газету «Minnesota Daily» незалежне неприбуткове 12-сторінкове видання, в яке пишуть і яке випускають самі студенти, вона виходить з понеділка по четвер, а в онлайн версії – по п'ятницях. Влітку газету випускають раз на тиждень. Окрім різних новин, подій та публікацій на звичні для студентських видань теми, провідне місце займає актуальна у всіх сучасних виданнях реклама. У газеті пропонують послуги для студентів, представників бізнесу, рекламують ресторани, книжкові магазини та інше. Тисячам людей, що зверталися до послуг газети, реклама допомагала і їхні проекти ставали успішними і прибутковими [48]. Можемо припустити, що все-таки якісь кошти, можливо просто символічні, за рекламу у редакції беруть. Зараз це п'ята за величиною щоденна газета Міннесоти, яка розповсюджується щодня у кількості 22 тис. примірників. Такі накладі та періодичність випусків не часто може мати будь-яке інше впливове видання.

Вона неприбуткова, тому скоріше за все фінасово редакції допомагає держава та керівництво університету.

Вважаємо, що державні структури повинні більше опікуватися періодичними студентськими виданнями. Звичайно, варто взяти до уваги, що можна використовувати рекламу як одне з альтернативних джерел хоча б часткового вирішення фінансового питання студентських видань.

Періодика для студентів, без сумніву, має неабиякий вплив на всі процеси перехідного періоду молоді в доросле життя, зважаючи на темпи розвитку сучасного світу. Саме у ній навчаються та здобувають практику майбутні професіонали. В. Маковій стверджує, що в таких газетах студенти набувають великого досвіду управління і легко орієнтуються у роботі, а найголовніше – вони обирають, яку саме тему розроблятимуть у своїй професійній діяльності [99]. На думку О. Хазарадзе, студентська періодика – це один із найголовніших важелів демократії в системі національної вищої освіти, адже в студентські роки люди готові безкоштовно боротися за справедливість, правду та інші суспільні цінності [175].

Як змінилася українська студентська періодика з виникнення та до сьогодні можна бачити вже тепер (див. дод. Є.1, Є.2). Проте, на нашу думку, вона і зараз перебуває у процесі розвитку, хоча можна визначити притаманні тільки їй особливості.

Проаналізувавши історичні процеси та сучасність, ми зробили висновки, що раніше пресу видавали в більшості випадків студенти, які навчалися у вищих навчальних закладах, і робили це, щоб донести власні міркування до оточуючих, також через бажання зайнятися новою для себе справою – виданням газети. Тепер багато студентів випускають газети цілеспрямовано, щоб вчитися висловлювати свої думки, працювати в колективі, здобувати досвід.

Тематика публікацій у студентських виданнях, як нами було виявлено, тісно пов'язана з подіями у соціумі, в минулому студентів хвилювало те, що відбувається навколо них і яким чином глобальні світові події вплинуть на

їхні життя. У теперішніх випусках газет публікують статті на різні теми, але коли трапляються події політичного характеру, що можуть вплинути на їхнє майбутнє, то це також відображається у публікаціях.

Шукаючи причини виникнення та існування студентської періодики, ми визначили різні групи видавців: майбутніх фахівців (з журналістики, видавничої справи, редагування, філології) та студентів, які навчаються на негуманітарних спеціальностях. Студентів, які у майбутньому будуть працювати у періодиці можна зрозуміти – вони намагаються на практиці навчитися того, що допоможе їм знайти роботу та бути успішнішими в кар'єрі, але такі періодичні видання випускають і ті, хто в майбутньому ніяким чином не буде дотичним до цієї справи. В більшості випадків це бажання самих студентів самоствердитися, висловити свої думки, а також просто використати велику кількість енергії.

Таким чином, з початків виникнення студентської періодики й до сьогодні минуло немало часу, але в газетах, які видавали і видають все ж є багато спільного. Здебільшого цим займалися аматори, публікували статті на подібну тематику, багато газет випускали невеликими накладками з неточною періодичністю. Попри те, багато проблем залишилося такими ж – до сих пір існує проблема фінансування, свободи слова, створення нового друкованого видання. Дуже відрізняються сучасні видання від тогочасних художньо-технічним оформленням (див. дод. Б, Г.1, Г.2), яке поліпшилось завдяки науково-технічному прогресу. Також суттєва різниця у наповненні статей, оскільки після здобуття незалежності у ринкових умовах у публікованих матеріалах зникло ідеологічне спрямування та пропаганда. Видавці робили все можливе, щоб зацікавити потенційних реципієнтів, забуваючи про важливість національного виховання та ідеології у матеріалах студентських періодичних видань.

## Висновки до розділу

Протягом минулих століть основними були ідеї національності та державності, завдяки яким вибудовувалася вся система, чітко зорієнтована політично. Таке спостерігалось навіть у студентській періодиці. На виникнення і розвиток преси студентів мали великий вплив суспільно-політичні умови. Періодичні видання можна назвати віддзеркаленням подій, які відбуваються, а, на нашу думку, однією з вагомих причин виникнення студентської преси було гуртування української молоді та бажання висловити думки у власних газетах та журналах.

Результати аналізу демонструють, що спочатку у відображенні опублікованих у пресі матеріалів була ідея державності та національності. Вона з'явилася на основі усвідомлення українцями себе як окремої нації і перетворилася на бажання мати власну державу та об'єднати раніше роз'єднану Наддніпрянську та Західну Україну.

Розвиток студентської преси пропонуємо умовно поділити на чотири періоди. Перший етап розпочався у другій половині XIX ст. із виходу в 1874 р. тижневика «Друг» і тривав до 1914 р. Хоча, дослідники свідчать, що студентські часописи були і раніше. Наприклад, у Києві у 50-х роках (1854 – 1856 рр.) виходило «Самостійне слово», а у Харкові в той час діяв «Пасквільний комітет», учасники якого видавали стінні газети і розвішували їх по місті. В 1863 – 1864 рр. у Києві існував гумористичний студентський часопис «Помийниця». Підсумовуючи написане, вважаємо, що студентська періодика могла з'явитися одночасно в декількох містах.

Студентські спільноти випускали періодичні видання. В більшості випадків студентські газети, або газети для молоді, як тоді їх називали, видавали організації та товариства, тому практично у кожному виданні популяризувалася програма захисту етнографії українського народу та боротьба за незалежність держави.

На Наддніпрянській Україні багато періодичних видань випускали об'єднання студентської молоді. Але всі вони цензурувались, незалежно від того, чи належали вони до товариств і гуртків.

Другий етап датуємо з 1914 р. до 1945 р. Студенти проживали в різних суспільнополітичних середовищах на Наддніпрянщині та Західноукраїнських землях, тому умови для випуску їхньої періодики були різними. В ці десятиліття почала функціонувати преса закордонних студентських організацій. На Галичині з'явилася військова преса, до якої студенти мали безпосереднє відношення. З появою українських січових стрільців – єдиного українського національного військового формування у складі Австро-угорської армії, почали виходити перші українські військові часописи, в яких часто з'являлися публікації для студентів. Адже багато воїнів-добровольців були студентами.

На Великій Україні після революції влада була проросійською, яка, зрозуміло, не сприяла розвитку студентської преси. Газети, які виходили, обов'язково були партійно-комсомольського спрямування.

На Західній Україні молодіжні ідеологічні організації стали основою для створення Організації українських націоналістів. Відомо, що молодіжна преса у повоєнний період продовжувала політичне виховання молоді. Організації та товариства, до яких належали студенти, видавали пресу, ставали ідейно-патріотичними осередками.

За кордоном, як показали дослідження, студентську періодику видавали Союз українських студентських організацій (Польща), Центральний союз українського студентства (Чехія, Прага), а також громади українських студентів у Варшаві, Відні, Празі, Берліні, Союзи українських студентських товариств Америки, Аргентини, Канади, Австралії.

На нашу думку, найтривалішим був третій період розвитку студентських газет – почався з 1945 р. і тривав до 1991 рр., тобто до проголошення незалежності. Без сумніву, в УРСР преса завжди була комсомольсько-патріотичною. Існувала сувора цензура на український патріотизм. Як відомо, згодом це вплинуло на створення студентських

підпільних видань. Преса для студентів виходила також за кордоном, на сторінках якої активно поширювались ідеї української державності.

З нашого аналізу видно, що діяльність періодики в Україні завжди зумовлювали зовнішні чинники. До проголошення незалежності більшість студентських газет та журналів були заангажовані політично. У перехідний період до 1991 р. засновники були переконані, що видання студентської молоді також мають бути партійно орієнтованими, як і сотню років до цього.

З початком періоду студентської періодики в незалежній Україні видавці почали шукати нові шляхи подачі матеріалу – відмовившись від ідеології, обрали тематику розважального характеру. Хоча пропаганда радянського часу на деякий час ще залишалася у свідомостях видавців та читачів, тому навіть після проголошення незалежності ще довго спосіб подачі матеріалу не змінювався.

На наш погляд, у 90-их роках, стан преси був досить складним, адже через кризу закривали практично усі видання для студентської молоді, в ринкових умовах вони просто не могли існувати. У десятилітті 2000-их періодика для студентів почала активніше відновлюватися, реєструвалася все більша кількість друкованих видань. За період незалежності почала формуватися сучасна студентська періодика, останніми роками кількість таких видань завдяки науково-технічному процесу збільшується та стрімко розвивається. Дослідження їхньої діяльності (див. дод. А.2) дали змогу зробити певні висновки та виокремити загальні риси, які об'єднують увесь масив цієї періодики. На сьогодні, окрім друкованих видань популярності набуває інтернет-періодика. Вона перебуває в стані розвитку, студентські редакційні колегії шукають нові способи та можливості уникнути проблем, які існують.

## **2. Стан сучасної студентської періодики в Україні**

### **2. 1. Типологічні особливості студентської періодики**

#### **2. 1. 1. Стан наукових досліджень у галузі типології**

Типологія допомагає упорядкувати періодичні видання і класифікувати їх за певними спільними та відмінними ознаками. Окрім того, як вважає М. Тимошик, йдеться про повноту, зручність, точність і водночас лаконічність інформування потенційного читача кожного видання, а отже, і про успішне просування такого видання на ринку [164]. Ще сотню років тому видавали таку кількість молодіжних газет, що І. Копотієнко, досліджуючи тогочасну періодику, виокремив їх в окрему групу за принципом двох ознак: масштаб і профіль (видавець) друкованого органу. Зараз теж є немала кількість таких видань. Хоча студенти можуть недовго випускати свої газети чи журнали, і навіть не реєструвати, аналіз показав, що їх достатньо багато для того, щоб створити типологію.

Насправді класифікацій сучасних студентських видань вже достатньо для того, щоб на основі проведених досліджень зробити певні висновки. Шість великих груп, які відрізняються кількістю реципієнтів в аудиторії, виокремлює К. Розанов. Класифікацію студентських засобів масової інформації розробила К. Сірінюк-Долгарьова. У своїй статті студент І. Братина розглядає періодичні видання для студентів з різних ракурсів. Багато інших дослідників студентську періодику називають молодіжною, але ми вважаємо, що це набагато ширше поняття. Для того, щоб побачити у чому полягають відмінності між молодіжною і студентською періодикою, варто проаналізувати відомі визначення терміна «молодь».

Варто у різних джерелах розглянути погляди на розуміння «молоді», адже вони неоднозначні. Як стверджує Л. Морозова, молодь – це люди віком до 30 років [110]. У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови»

подано дуже коротке і невичерпне визначення: «Молодь – молоде покоління, молоді люди» [13]. У «Соціологічній енциклопедії» опубліковане розширене визначення: «Молодь – соціально-демографічна суспільна група зі специфічними соціальними і психологічними ознаками. Наявність цих ознак визначається як віковими особливостями молодих людей, так і тим, що їхнє соціально-економічне, суспільно-політичне становище, духовний світ перебувають в процесі становлення, формування. Молоддю зазвичай вважають (у статистиці, в соціології) людей віком 16 – 30 років. Соціальна неоднорідність молоді спонукає деяких дослідників визначити верхню вікову межу молоді залежно від тривалості формування соціально-економічних і професійних якостей її різних груп. Соціальне, професійне становлення молодого робітника в основному завершується до 25 років, а молодого ученого – до 35. Вікові межі молоді залежать від особливостей конкретно-історичної ситуації, суспільного устрою.» [154]. Все сказане дає нам змогу зробити висновок, що вікові рамки поняття «молоді» набагато ширші, ніж «студентів».

Визначаючи місцезнаходження сучасної студентської періодики, К. Розанов відмежовує її від інших видів і пропонує розглянути за допомогою схеми (див. рис. 1) [134]. Попри те, що в Росії немає визначеного стандартами чіткого поділу видів періодики, він поділяє її на три великі частини за віковою класифікацією: це молодіжна, дитяча і періодика для дорослих. Ці три частини не перетинаються, хоча й дотичні одна до одної, і складають загальний масив. Дитячі видання поділені на власне дитячі та юнацькі. Молодіжні складаються з юнацької, студентської та молодіжної періодики. До дорослої – вписано періодику вищих навчальних закладів, вишівську<sup>62</sup> та умовно навчальну. Також, згідно зі схемою, періодика навчальних закладів та навчальна умовно належать і до інших видів, але така класифікація достатньо сумнівна, адже для навчальної періодики обов'язкове дотримання спеціальних умов випуску, а виданням вищих закладів освіти автор схеми не дає чіткого визначення.

Варто погодитися, що студентська періодика повністю належить до молодіжної, адже мовностилістичні особливості, художньо-технічне

---

<sup>62</sup> «Виш» – скорочена форма від «Вищий навчальний заклад»; вживається порівняно недавно як заміна абрєвіатури і кальки з російської «вуз», тобто «Висшее учебное заведение».

оформлення, вікові рамки та багато інших факторів вказує саме на це. Зважаючи на те, що у навчальній періодиці необхідно дотримуватися умов випуску, вона не може належати до молодіжної, студентської, чи юнацької, також, на нашу думку, періодика ВНЗ повністю належить до студентської. Відкорегована нами схема виглядає так:

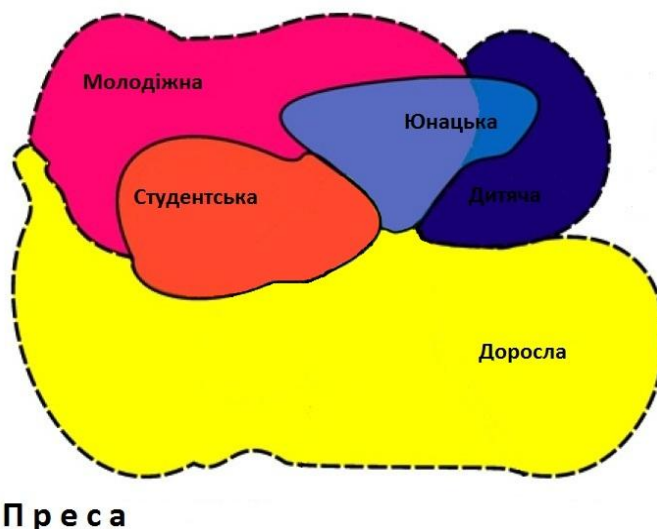


Рис. 1

Згідно з типологією, запропонованою К. Розановим, можна виокремити шість великих груп, які класифіковані за допомогою особливостей розповсюдження:

- факультетські студентські газети;
- вишівські студентські газети;
- міжвишівські студентські газети;
- міські студентські газети;
- республіканські, обласні, краєві студентські газети;
- загальноросійські студентські видання.

Раніше уже були спроби створити типологію студентських засобів масової інформації в Україні. У 2008 р. студентка К. Сіріньок-Долгарьова, проаналізувавши вітчизняні та закордонні студентські ЗМІ [143], у магістерській роботі розробила класифікацію, яку використовували у Запорізькому національному університеті під час Міжнародної конференції «Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного

розвитку», а також у виставці студентських засобів масової інформації, в рамках якої відбувався конкурс у різних номінаціях. Типологія студентських ЗМІ України, запропонована К. Сіріньок-Долгарьовою виглядає так:

- офіційні видання вищих навчальних закладів;
- неофіційні видання вищих навчальних закладів;
- незалежні видання для студентів;
- навчальні видання вищих навчальних закладів;
- стінгазети вищих навчальних закладів;
- літературно-художні альманахи;
- телерадіокомпанії вищих навчальних закладів [3].

Трохи сумнівними, на нашу думку, у цій типології залишаються навчальні видання, адже для випуску такої періодики потрібні справжні фахівці, а також обов'язково дотримуватися спеціальних умов випуску.

У своїй статті здійснив умовний поділ студентської преси України І. Братина, але запропонована типологія не зовсім досконала. В публікації також подано пояснення особливостей класифікації. Автор пише, що під поняттям «преса» слід розуміти не лише газети, а й газети журнального типу, журнали в таких ракурсах:

- періодична – святкова (ювілейна);
- стінна – багатотиражна;
- кольорова – чорно-біла;
- інформаційна – тематична;
- офіційна – неофіційна (незалежна) тощо [8].

Запропонована І. Братиною типологія, як ми вважаємо, не охоплює всі аспекти функціонування наявних видань, окрім того, у ній є недоліки. Коли автор писав про святкову, очевидно мав на увазі спецвипуски офіційних видань вищих навчальних закладів, адже не всі студентські газети видають випуски з нагоди певних подій. Також стінгазета не єдиний тип видання, яке не тиражують, як написано у цій класифікації, адже до нетиражованих видань з нерухомою адресою належать й інтернет-газети. Неправильним є поділ газет на багатоколірні та чорно-білі, адже в типології варто аналізувати опубліковані матеріали, а не можливості друку, оскільки, як свідчить

практика, якісне художньо-технічне оформлення може бути і в двоколірному виданні. Також нам важко погодитися з автором і щодо поділу преси на тематичну та інформаційну, адже будь-які тематичні публікаційні матеріали можуть бути інформаційними, а інформаційні – тематичними.

Одним із найважливіших принципів поділу такої періодики, на думку М. Клименко, є критерій професійності. Авторка стверджує, що поділяти видання варто так:

- пресу студентів нежурналістських спеціальностей;
- видання майбутніх журналістів (видавців) [63].

Від видань, підготовлених не професіоналами, не варто очікувати бездоганних текстів чи оригінальних ідей. Здебільшого, всі їхні прагнення залежать від звичайного ентузіазму – навряд чи вони отримуватимуть додаткові бали за свою працю. Попри це, на нашу думку, такий поділ досить сумнівний, оскільки в періодиці негуманітарних спеціальностей можуть працювати і фахівці, випускаючи періодичні видання з цікавими матеріалами та відредагованими текстами.

Вважаємо, що до майбутніх видавців, редакторів, журналістів та до їхньої періодики варто ставитися вимогливіше. З огляду на те, що студенти майбутні фахівці, їм треба бути креативнішими, вміло використовувати теоретичні знання на практиці.

Студентські сайти О. Зенкіна пропонує поділяти таким чином [51]:

- вишівські;
- відомчі, створені за ініціативою керівників органів системи освіти.

Згідно з цією класифікацією, як бачимо, періодичними виданнями в інтернеті можуть керувати тільки представники системи освіти чи навчального закладу. Зважаючи на те, що авторка російський науковець, можна припустити, що у Росії інші реалії і тому не може бути іншого поділу студентських інтернет-видань.

Розглянувши визначення в офіційних виданнях, ми зробили висновки, що у державних стандартах «Видання. Основні види. ДСТУ 3017-95» та «Видання електронні. Основні види та вихідні відомості. ДСТУ 7157:2010» є визначення газетних та електронних видань, але немає згадок про

студентську періодику. У ДСТУ «Видання. Основні види» вказане визначення, яке умовно описує студентське періодичне видання: «Газетне видання – це видання у вигляді одного чи декількох аркушів друкованого матеріалу встановленого формату, видавничо пристосоване до специфіки даного періодичного видання. *Примітка.* У випадках скріплення аркушів друкованого матеріалу використовується термін «газетно-журнальне видання» [17]. У стандартах «Видання електронні. Основні види та вихідні відомості» теж загальне визначення: «Електронне видання – це електронний документ, який пройшов редакційно-видавниче опрацювання, має вихідні відомості та призначений для розповсюдження в незмінному вигляді» [16].

Факти свідчать про те, як повідомляє К. Буслаєва та К. Сіріньок-долгарьова, що чисельність молодіжного контингенту за перший десяток років незалежності збільшилася до 11,1 млн. осіб [10]. Враховуючи те, що студенти належать до соціальної групи, яка завжди дуже активна, очевидно і те, що ними випускається велика кількість різних газет.

Як бачимо, дослідники створюють і пропонують різноманітні класифікації, але немає загальної цілісної типології, яка б охоплювала усі особливості студентської періодици (друкованої та в інтернеті). Про такі видання не згадано і в державних стандартах України.

## 2. 1. 2. Основні типологічні ознаки видань

**Друковані та студентські періодичні видання в інтернеті: переваги та недоліки.** Студентських періодичних видань багато – створюються нові, перестають існувати вже відомі. Проведений нами аналіз та класифікації дослідників дають змогу створити чіткішу систему типології. Згідно з нею усі студентські видання складаються з двох великих підсистем: друкованих; періодичних видань в інтернеті (див. рис. 2).



Рис. 2

До друкованих видань, тобто преси, належать газети та журнали. Оскільки сучасна журналістика розвивається та удосконалюється в засобах масової інформації та комунікації, до періодичних видань в інтернеті належать: інтернет-видання (сайти) та електронні видання різних форматів, опубліковані на сайтах. Ці підсистеми певним чином залежать одна від одної і взаємодоповнюють одна одну.

Ще півстоліття тому М. Мак-Люен передбачив, що зростання потреби в отриманні та обміні інформацією на сучасному технічному рівні зумовить появу комп'ютерних мереж, що вплине на інформаційне середовище [98, с. 52]. Такі зміни в науково-технічному процесі, як видно, не могли не вплинути на журналістику. Використання новітньої комп'ютерної техніки у редакційній діяльності та журналістській праці привело до еволюційних змін у житті соціальних спільнот та, зокрема, і в журналістиці.

Окрім традиційних друкованих газет та журналів тепер засновуються й періодичні видання в інтернеті. На думку М. Дофнера, варто вірити у «закон Ріпла». Шеф-редактор газети «Nürnberger Zeitung» В. Ріпл у 1933 р. опублікував дисертацію, сформулювавши в ній закон, який мав важливий вплив на подальшу історію масових комунікацій, і звучав так: «Нові види медіа не заміщують наявні. Прогрес медіа є кумулятивним, а не замісним. Хоча постійно виникають нові види медіа, проте наявні залишаються і надалі» [37]. Зазначимо, що цей закон і досі не отримав заперечення. Книжки так і не замінили усні розповіді історій. Газети не спроможні були замінити книжки; радіо – газети; а телебачення не стало заміною радіо. Схоже, що й інтернет не здатен буде замінити телебачення та друковані газети. Мережа дає можливість журналістам-початківцям, пише С. Боготоба, виявити свої здібності та таланти у різних сферах, зокрема і у тих, які традиційно не вважають власне журналістськими – створення сайту та його технічна підтримка, моніторинг гостьової книги, робота з мультимедійними матеріалами тощо [7].

Проаналізувавши студентські газети та журнали, ми можемо стверджувати, що друковані газети мають переваги (див. рис. 3), однією з яких є те, що видання **можна офіційно зареєструвати**. Багато студентських газет закриваються, так і не зареєструвавшись. Редакційні колективи видань вирішують звернутися в Міністерство юстиції України для державної реєстрації [131], якщо впевнені в тому, що періодичне видання існуватиме й надалі.



Рис. 3

Оформлюючи документи, в заяві студентам потрібно вказати сферу поширення газети: загальнодержавну, регіональну (дві та більше областей), закордонну чи місцеву. Також вписати, хто є засновниками друкованого засобу масової інформації, а це можуть бути і українські, й іноземні юридичні та фізичні особи. Видавці мають право видавати свої періодичні видання у формі газети, журналу, збірки, бюлетеня, альманаха, календаря чи дайджесту.

Термін розгляду документів Міністерством юстиції при реєстрації ЗМІ та інформантства – один місяць. Усі ці послуги платні. Друкований ЗМІ протягом календарного року обов'язково повинен надати в Міністерство юстиції контрольний екземпляр видання [131].

Одна з найбільших переваг, на нашу думку – це **паперовий носій**. Друковані видання зручні тим, що для них не потрібно пристроїв для читання, їх можна прочитати у зручний для себе час і будь-де. Також при читанні не потрібна електроенергія, адже друковані газети можна читати у світлий час доби. Однією з переваг, насправді, є те, що від читання паперової газети менше шкоди здоров'ю – не псується зір.

У реципієнтів під час читання друкованих періодичних видань, стверджує Н. Барон, набагато більша **концентрація** та увага на матеріалах [4]. До вагомих переваг газет та журналів у друкованому вигляді належить також **естетичність**.



Рис. 4

Вважаємо, що попри всі переваги, у таких видань є і недоліки (див. рис. 4). Один із суттєвих – **нестача коштів для друку**. Часто через їхню відсутність друковані видання тимчасові, а також виходять несвоєчасно. Така проблема, зазвичай, з’являється, якщо друк видань забезпечує навчальний заклад або ж взагалі немає фінансових опікунів.

Також зазначимо, що **нелегко знайти спонсорів**. А коли їх вдається знайти, треба бути готовим, що вони можуть впливати на редакційну політику видання.

Значно **обмежує читацьку аудиторію наклад**, адже кількість примірників одного накладу звичайних студентських видань не дуже велика – до 2000 примірників.

Останніми роками, з нашої точки зору, з’явилися непогані можливості для розвитку студентських ЗМІ. Насамперед завдяки інтернету, який надає доступ до величезних інформаційних ресурсів. Тому очевидно, що тепер виникають безліч видань в інтернеті. У наш час мережу почали активно

використовувати і студенти, адже завдяки сучасним технологіям можна створити газету, не потребуючи при цьому спонсорських коштів. Нам варто сказати, що це дає змогу вирішити низку важливих проблем студентської журналістики (див. рис. 5).

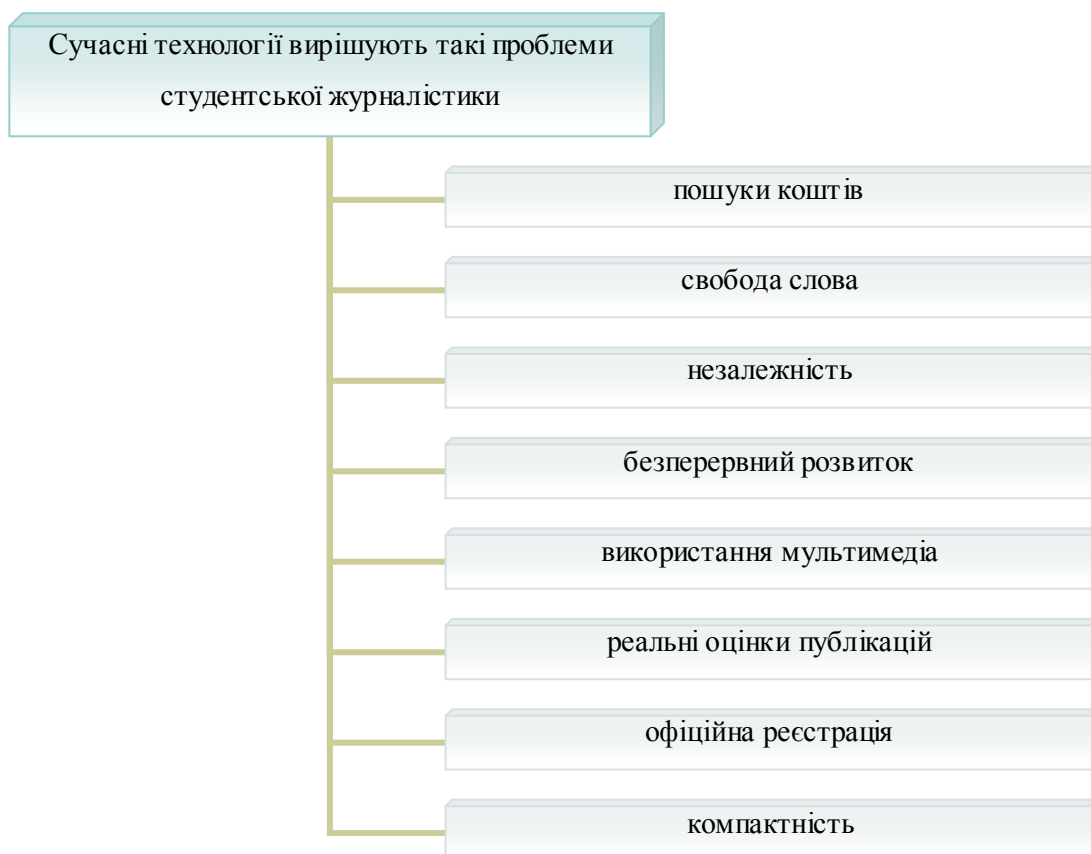


Рис. 5

**Пошуки коштів** на видання друкованого засобу масової інформації – завжди існувала така проблема (особливо у неофіційних, незалежних газетах ВНЗ та виданнях студентських організацій, адже офіційні газети фінансує навчальний заклад). Пошуки спонсорів – завжди нелегка справа, якщо серед знайомих немає фінансово забезпечених людей, які можуть допомогти. Якщо вдалося знайти меценатів, це не гарантує виданню повної незалежності, оскільки дуже часто люди, які надають кошти, впливають на редакційну політику. Завдяки інтернету вдасться вирішити це питання і студенти будуть впевнені, що читачі побачуть наступний номер; усе

просто – можна додавати статті на сайт чи опубліковувати цілий номер у форматі pdf (або іншому форматі).

**Питання свободи слова** – попри те, що цензура заборонена законодавством, все ж вона може існувати у студентських виданнях, які фінансує навчальний заклад [136]. В інтернет-виданні може не бути певних обмежень щодо тем публікацій, але завжди варто пам'ятати про професійну етику та мораль, загальноприйняті суспільні норми, адже саме в засобах масової інформації у наш час нерідко спеціально організують справжні інформаційні війни.

**Незалежність** – сучасна студентська газета, з нашої точки зору, може бути абсолютно незалежною від цензури та захищеною від впливу спонсорів на редакційну політику, адже для цього необхідно мати лише бажання, хороші наміри та доступ до інтернету. Тільки варто знати, що якість безкоштовного сайту може бути не завжди хорошою.

**Використання сучасних технічних засобів** (наприклад, цифрового фотоапарата, диктофона) дає змогу завантажувати на періодику в інтернеті відео- та аудіоматеріали як допоміжні до опублікованої статті матеріали, а в окремих випадках це можуть бути і речові докази, здобуті під час журналістського розслідування. Але, перш ніж завантажувати аудіо та відео на сайт, студентам варто пам'ятати про права і свободи людини, закріплені Конституцією України, а також про протиправні посягання на честь та гідність кожного.

Одна з найбільших переваг інтернет-видання, як ми вважаємо, полягає в можливості бачити **реальні оцінки опублікованих матеріалів** – читачі можуть коментувати статті та писати, про що хотіли б почитати [197]. Активна комунікація відбувається на форумах та в коментарях публікацій. Отже, така газета дає можливість створити миттєвий зворотний зв'язок з читачами, який у друкованих засобах масової інформації здійснювався завдяки листуванню.

До недавнього часу недоліком була відсутність **офіційної реєстрації ЗМІ в інтернеті** – у Цивільному кодексі та законах «Про друковані засоби масової інформації в Україні», «Про телебачення і радіомовлення» інтернет-ресурси не визнавали засобами масової інформації. Для відомих інформаційних сайтів (аудиторія яких є більшою, ніж у деяких друкованих видань) створення реєстрів тільки на користь. Дбаючи про авторитет і статус, дотримуючись правових норм, вони хотіли стати повноцінними ЗМІ [138].

Як відомо, в січні 2011 р. Верховною Радою України у першому читанні прийнято за основу внесений Кабінетом Міністрів (головний розробник – Держкомтелерадіо) проект Закону України «Про Концепцію державної інформаційної політики». Саме тоді цим законом надали статусу засобів масової інформації веб-ресурсам вітчизняного сегмента інтернету відповідно до положень статей 8 і 10 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод [53].

Завдяки **компактності** гаджетів, їх зручно носити будь-куди, окрім того, на них можна завантажити велику кількість газет та журналів чи переглядати інтернет-видання. Гаджети не займають багато місця, що не можна сказати про друковану пресу.

Переваги роботи студентських інтернет-газет вагомі, але, ми вважаємо, що є і недоліки: зв'язок; технічні несправності; шкода здоров'ю, використання електроенергії, шкода навколишньому середовищу (див. рис. б).

Не всі мають можливість під'єднатися до мережі, бо не в кожному населеному пункті він є, тому один із недоліків – **зв'язок**. Звичайно, тепер можна користуватися різними гаджетами, передаючи таким способом великий шмат важливої інформації (наприклад, статтю). Також можна використовувати і безпроводний інтернет, але він теж не завжди надійний.



Рис. 6

Безперечно, недоліком також є **шкода здоров'ю**, адже техніка може згубно впливати на самопочуття читача, зокрема погіршувати зір.

Одним із недоліків роботи студентських інтернет-видань є **технічні несправності**, які негативно впливають на роботу та на кількість її читачів. А. Федотов пише, що це може стосуватися і техніки, і програмного забезпечення [174].

**Використання електроенергії** – це недолік, який не дозволяє економити і читати без зайвих витрат так, як можна читати друковану періодику. Варто також подумати про енергію, яка потрібна для запуску серверів і охолоджувальних вентиляторів.

Щодо **навколишнього середовища**, то як стверджує Н. Барон, у виготовленні електронних книг використовуються рідкоземельні метали, а елементи живлення не просто рідкісні, а й надзвичайно токсичні. Напевно, варто використовувати деревину, оскільки вона є природнім відновлюваним ресурсом [4].

– Попри те, що періодичні видання в інтернеті ще донедавна не вважали засобами масової інформації, з вивчених матеріалів ми побачили, що вже багато редакційних колективів користувалися цим способом публікації своїх

видань, використовуючи сайти, або опубліковані на сайтах газети у різних форматах. Зокрема, газети (офіційні сайти ВНЗ, неофіційні сайти ВНЗ, незалежні інтернет-газети та газети, які видавали студентські організації) тепер є в інтернеті: «Харківський університет», «Запорізький університет», «Резонанс», «Педагог», «Погляд», «Універсум», «Автодорожник», «Економіст», «СтудОБОЗ», «Nota Bene», «Дніпропетровський університет», «Пульс», «Аудиторія», «Поліграфіст», «Київський політехнік», «Авіатор», «Ярослов», «Одеський університет», «Острозька академія», «Студентська координата», «Поліграф», «Students & biology», «Неофіційна газета», «БонЖур», «Штопор», «А5», «Шара», «Студент Plus», «5 пара» та багато інших.



Рис. 7

**Класифікація друкованих та інтернет-видань.** Студентські газети та журнали можна класифікувати за різними ознаками, залежно від контенту (див. дод. А 2). Типологія друкованих видань створена нами на основі сукупності особливостей студентських видань, які відрізняють одні видання від інших. На нашу думку, електронні видання є копіями друкованих, тому у своєму дослідженні нами було розглянуто та детально проаналізовано

інтернет-видання як протиставлення друкованим. Взявши до уваги вже згадані типології, пропонуємо таку класифікацію друкованої студентської преси (див. рис. 7): офіційні видання вищих навчальних закладів; неофіційні видання вищих навчальних закладів; незалежні студентські видання; видання студентських організацій; стінгазети у вищих навчальних закладах.

**Офіційні видання вищих навчальних закладів** – преса, яку видають у вищому закладі освіти для студентів та працівників установи. Авторами можуть бути студенти під досвідченим викладацьким керівництвом, а також працівники навчального закладу, викладачі. Такі газети є періодичними. Більшість із них безкоштовні, видані навчальним закладом.

**Неофіційне видання** створюють самі студенти, газета публікує цікаву для них інформацію. Вони, зазвичай, і є авторами, хоча можуть бути заверстані і статті працівників навчального закладу. Іноді студентами, які випускають такі газети, керують досвідчені викладачі, а інколи – ні. Ці видання також бувають періодичними, але частіше, оскільки залежать від студентів, їх можна назвати (згідно ДСТУ 3017-95) лише продовжуваними виданнями, адже дуже часто це звичайні «одноденки». Їх може фінансувати вищий навчальний заклад, або ж за кошти проданих примірників студенти купують фарбу і папір.

**Незалежні студентські видання** – незалежні фінансово від навчальних закладів і не підпорядковуються ніяким організаціям. Студенти публікують у них свої статті. Друковані газети, здебільшого, мають спонсорів, розміщують на шпальтах рекламу, розповсюджуються не безкоштовно.

**Видання студентських організацій** бувають фінансово незалежними від навчальних закладів і не підпорядковуються ректорату. Однак є і газети, які створені при вищих закладах освіти. Їх випускають самі студенти. Якщо газета створена організацією навчального закладу, то також може бути «продовжуваною» з перервами під час здачі модулів, заліків та іспитів, якщо ж її видають незалежні засновники, то вона періодична.

**Стінгазети у вищих навчальних закладах.** Колись були дуже популярними, але тепер їх видають не так часто. Зазвичай, це рукописне або друковане видання, яке вивішують на стіні, і яке доступне для всіх присутніх у приміщенні. У наш час вони, здебільшого, неперіодичні, але є винятки. Часто звичайну газету роздруковують і прикріплюють як стінгазету у навчальному закладі.

Періодичні видання в інтернеті, очевидно, мало чим відрізняються від друкованих з точки зору особливостей фінансування, редакційної політики та автури. Справді важлива відмінність полягає у можливості молоді, яка навчається, висловлюватися у коментарях під публікаціями. Проаналізувавши студентські інтернет-видань, ми поділили їх на певні підгрупи (див. дод. А 3): офіційні сайти ВНЗ, неофіційні сайти ВНЗ, інтернет-газети студентських організацій, незалежні інтернет-газети (див. рис. 8).

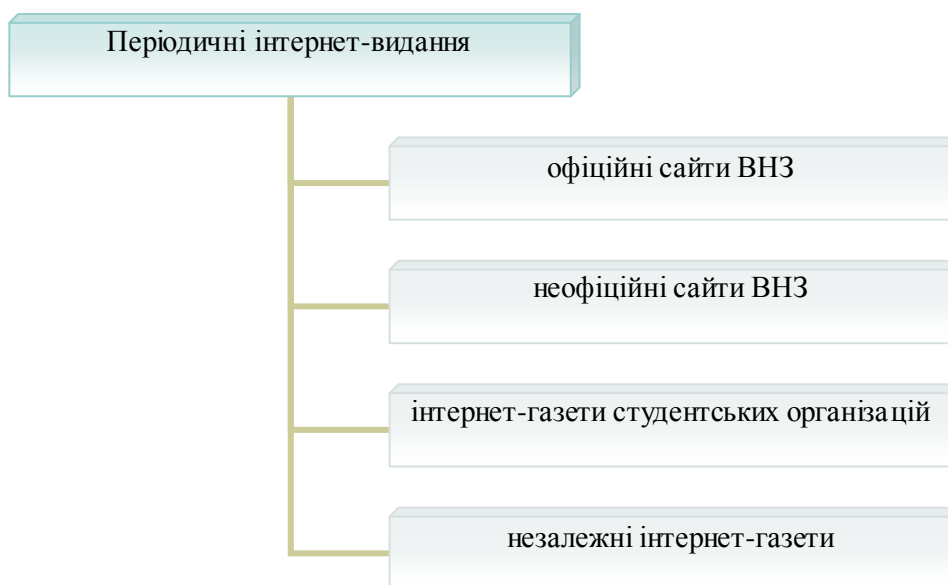


Рис. 8

**На офіційних інтернет-виданнях** студенти можуть знайти інформацію про навчальний заклад, викладацьку та студентську наукову роботу, життя у межах вищого навчального закладу. Зазвичай там немає форумів і не можна залишати коментарі до статей, але якщо є така можливість, то студенти не

поспішають висловлювати свої думки. Створені такі сайти за ініціативи керівників навчального закладу.

Вільніше студенти почуваються **на неофіційних інтернет-виданнях** вищих закладів освіти. Тут, звичайно, юнаки і дівчата сміливо висловлюють свої міркування щодо публікацій. Такі сайти створені, здебільшого, самими студентами на безкоштовних інтернет-ресурсах.

**Інтернет-газети студентських організацій** теж часто подають офіційну інформацію. Фінансують їх спонсори (це можуть бути і навчальні заклади). Створені вони за рахунок спонсорів організацій.

Щодо **незалежних інтернет-газет**, то на них можуть розміщувати найрізноманітніший контент: завантажувати інформацію для навчання (книжки, шпаргалки) та для вільного часу (фільми, музику), хоча такими діями студенти можуть порушувати авторські права. Створення таких сайтів або фінансують спонсори, або ж самі студенти. І так само, як і редакційні колективи неофіційних видань, творці незалежних сайтів користуються послугами та допомогою фірм, які дають можливість безкоштовно створити сайт.

**Поділ видань за особливостями, які впливають на приналежність періодики (і друкованої, і в інтернеті) до різних груп.** Ми вважаємо, що при створенні типології студентської періодики, варто зважати на такі фактори, як фінансування, розповсюдження періодики та періодичність видань. У зв'язку з цим видання пропонуємо поділяти за:

- типом фінансування, яке може бути з різних джерел;
- розповсюдженням (чи поширенням, якщо це інтернет) – іноді кількість накладу обмежує читацьку аудиторію, водночас саме від запотребованості газети залежать і територіальне охоплення;
- періодичністю – у цьому випадку багато залежить від фінансування і від бажання самих студентів видавати газети.

Фінансування, безперечно, є однією з найважливіших умов випуску періодики. Воно у студентських газетах, як нами було визначено, може бути

з бюджетних коштів, благодійних спонсорських вкладів і грантів, також комбіноване (див. рис. 9).



Рис. 9

**Бюджетні студентські газети** – це видання, які фінансують адміністрації вищих закладів освіти. Їх більшість, і вони певним чином залежать від ректорату, тому редакційна політика таких газет завжди прогнозована. Це такі видання як «В5», «Галас», «Якіта», «Лови момент» та багато інших.

Щодо **благодійних вкладів, грантів**, то такі субсидії отримати досить складно. Редакційна колегія може саморозпуститися, поки очікує відповіді на заяву, таких благочинних акцій небагато. Та все ж така періодика існує – «Zaczek», «Балкон», «П'ятниця» та інші.

У **комбінованому типі** спонсор (це може бути і навчальний заклад) може надавати певну суму, який частково оплачує випуски. При цьому редакція може використовувати прибутки від доходів з продажів примірників, якщо газету продають. Також використовуються кошти з реклами, якщо її розміщують на шпальтах газет та журналів для студентів. Комбінованим типом користуються у редакціях незалежних, офіційних, неофіційних періодичних видань таких, як «Студент plus», «FreeStyle Business» «Аудиторія», «Я, студент», «А5», «На 100 %», «Країна спорту» та інші. Комерційними можуть бути й інтернет-видання. Тільки тут все

залежатиме від кількості відвідувачів сайту: якщо відвідувачів багато, то рекламодавці можуть запропонувати за певні кошти розмістити рекламу в інтернет-газеті (або платний, або частково платний контент).

**За розповсюдженням** (чи поширенням, якщо це інтернет) студентські періодичні видання нами було класифіковано на такі: регіональні, обласні, міські, ВНЗівські, факультетські (див. рис. 10). Попри те, що наклад, як стверджує А. Мільчин, є обов'язковим елементом випускних даних [105], студенти не дотримуються цього правила і дуже часто не пишуть кількості виданих примірників. Отримані нами дані є неповними, але достатніми для того, щоб зробити висновки. Варто також сказати, що тепер, коли є можливість завантажувати випуски в інтернет, таких поділ варто вважати досить умовним.

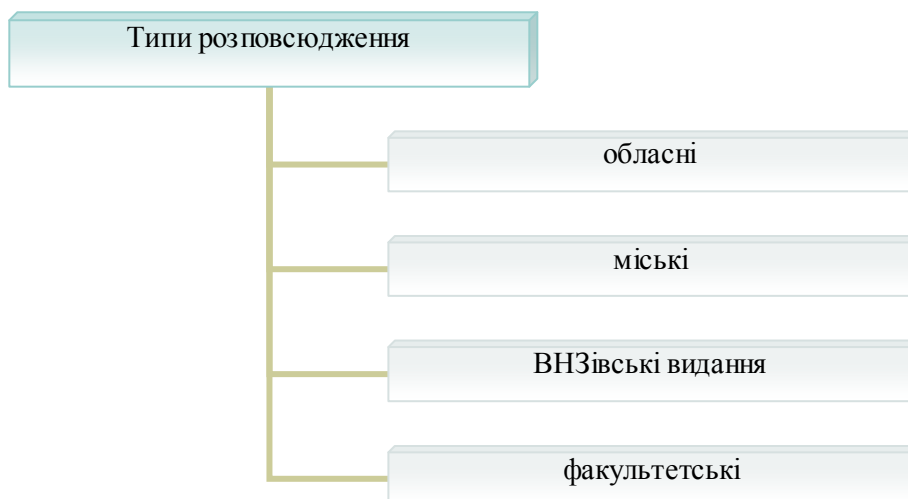


Рис. 10

Зважаючи на проаналізоване, можемо стверджувати, що всеукраїнських студентських видань в нашій країні поки що немає. Звичайно, є сайти, редакції яких називають їх всеукраїнськими, але зазвичай там публікують контент місцевого характеру. У 2007 р. з'явилася інформація про те, що студенти хочуть заснувати таке видання, у цей же рік в Україні планували створити Асоціацію студентів-журналістів, але ці наміри не

реалізувалися. Зазначалось, зокрема, і про те, що таке рішення, швидше за все, ухвалить учасники та організатори міжнародної науково-практичної конференції «Студентські мас-медіа в Україні: реалії та перспективи розвитку», яка відбувалася 2007 р. в Запоріжжі. Використавши налагоджені під час двох конференцій, які відбувалися два роки поспіль (у 2007 та 2008 рр.), зв'язки з учасниками було створено Всеукраїнську асоціацію студентів-журналістів. Невідомо чи вона працює, і якщо ця організація працюватиме, то як саме. Вона може бути схожою, наприклад, на Associated Collegiate Press у Сполучених Штатах Америки [195]. Немає інформації також чи з'явиться якась інша (недержавна) форма контролю та реєстрації студентської періодики.

Навряд чи хтось захоче, як ми вважаємо, фінансувати друковане видання в таких масштабах. Тобто питання отримання гранту чи спонсорства, скоріше за все, навіть не варто розглядати. Можливо, у майбутньому комерційне студентське видання зможе стати всеукраїнським. Також варто для цього використати інтернет, адже маючи електронний зв'язок, студенти зможуть сміливо реалізовувати такі проекти.

У **регіональних** видань повинна бути хороша система розповсюдження і немалий наклад. Таких студентських видань поки що немає, адже це великі територіальні масштаби, але вони можуть з'явитися і публікувати матеріали цікаві студентській молоді. Регіональні, як і всеукраїнські, можуть з'явитися зокрема і завдяки мережі.

Як свідчать отримані нами дані, **обласні** газети починають з'являтися. У такої преси чималі наклади і часто вона комерційна, наприклад «Студент plus» (40000<sup>63</sup>).

**Міських** студентських видань вже багато, принаймні у великих містах – «Я, студент» (20000), «Рупор» (20000), «П'ятниця» (20000),

---

<sup>63</sup> Кількість примірників одного випуску.

«Балкон» (15000), «Хід» (2000). Їх фінансують спонсори, студенти отримують гранти, щоб випускати таку пресу. Але більшість із них називають свої газети молодіжними, а це, вважаємо, набагато ширша аудиторія. Видають їх студенти і пишуть про студентів та для студентів.

**ВНЗівська** преса хоча і має невеликі накладі, все ж цікава студентам. Навіть попри те, що тематика статей обмеженіша, за отриманими відомостями, саме таких газет в Україні найбільше – «Біплан» (2000), «Студентська орбіта» (1000), «Сова» (1100), «Авіатор» (500) та інші. Один вищий навчальний заклад може мати декілька видань. Таку пресу, зазвичай, фінансує заклад освіти.

**Факультетських** газет теж багато – «Експеримент» (300), «Лови момент» (300), «Univercam» (200), «Студпульс» (100), «Zaczek» (35) та багато інших. Вони відомі порівняно невеликій аудиторії читачів. Їх можуть фінансувати адміністрації ВНЗ або студенти самі намагаються знайти способи для випуску номера.

На нашу думку, за періодичністю студентські видання бувають: щотижневі, двотижневі, щомісячні, продовжувані (див. рис. 11).



Рис. 11

Щотижневої преси для студентів мало, проте вона існує – «Аудиторія», «Київська політехніка», під час аналізу періодики ми побачили півторатижневе – «П'ятниця». Все ж ці видання винятки, адже студенти здебільшого не встигають з такою швидкістю писати публікації.

Двотижневих студентських видань трохи більше, ніж щотижневих – «Студент Plus», «FreeStyle Business», «Запорізький університет».

Зазначимо, що щомісячних видань багато, зазвичай це газети вищих навчальних закладів та факультетські – «Мій коледж», «Ять», «Stud-Life», «Біплан», «Авіатор», «На 100 %» та багато інших. Також більшість видань позиціонуються як щомісячні, але часто видають випуски невчасно, тому їх можна називати такими, які видають раз у три місяці (найчастіше така періодичність буває у ВНЗівських та факультетських газетах).

Продовжуваних видань теж дуже багато (напевно, найбільше), адже якщо немає керівника від вищого навчального закладу, студенти згадують про газету тільки після здачі сесії чи коли у них з'являється вільний час. Часто видавці називають газети щомісячними, але, прослідкувавши періодичність випусків, можемо стверджувати, що видають їх значно рідше. До прикладу це такі газети – «Острозька академія», «Резонанс», «Експеримент», «Сова», «Students and biology». До продовжуваних видань належить і періодика в інтернеті, адже контент можна оновлювати навіть щодня.

Підсумовуючи, варто сказати, що загалом студентів у нашій країні понад 2 млн., тому можемо стверджувати, що видань для такої аудиторії теж немало, хоча вони малопомітні та часто видають їх аматори-ентузіасти. Попри різноманіття запропонованих науковцями класифікацій засобів масової інформації, все ж немає єдиної чіткої класифікації студентських газет. Досі про таку пресу не було згадок у державних стандартах [16, 17], та науковці-дослідники не запропонували класифікацію, яка б максимально охоплювала усі їхні особливості. Тому, після ґрунтовного дослідження

студентських періодичних видань, ми запропонували типологічний поділ за основними ознаками.

Отже, фінансування періодичного видання є найважливішою умовою, яка практично визначає редакційну політику. Адже меценат може впливати на колектив, що проявлятиметься у тематиці статей, мовностилістичних особливостях та іншому. Розповсюдження періодики теж важливе, оскільки від накладу чи реклами (якщо це інтернет-видання) залежить кількість читачів. Періодичність залежить від видавців, завдяки цій особливості можна спостерігати за активністю редакційного колективу та здогадатися, чи є керівник від навчального закладу.

## **2.2. Структура студентських друкованих та інтернет-видань**

### **2.2.1. Архітектоніка студентських друкованих видань**

Кожне періодичне видання має свої архітектонічні особливості, які виокремлюють їх від інших видань та допомагають ідентифікувати, але в межах певного виду прослідковуються тенденції використання тих чи інших елементів. Дослідивши студентські видання, теж можна визначити елементи, особливості та прийоми, які найчастіше трапляються у цій періодиці.

Архітектоніку як науку про структуру і композицію видання досліджує В. Шевченко. Дослідниця пише, що структура – це внутрішньозмістова будова газети, виокремлення елементів, скріплених у єдине ціле, визначення місця кожного з них на сторінці та у виданні. Зміст газетних матеріалів передається літературною формою, через яку формується їхня сутність, а вже потім дизайнери обирають графіку шрифтів, зображення, співвідношення розмірів частин і цілого, засоби побудови сторінок та розворотів [186].

Таким чином, особливістю студентської газети (як і будь-якої іншої) є те, що вона існує у часі та просторі. З огляду на це, варто розглядати різні рівні композиції:

1. композицію газети як систему організації і розподіл матеріалів, зумовлених характером і традиціями газети, а також перспективними і поточними планами роботи редакції;
2. композицію номера, в якій реалізуються загальні принципи організації і розподілу матеріалів в залежності від матеріалів і плану номера;
3. композицію шпальти (в окремих випадках – розвороту) як спосіб розташування матеріалів і використання образотворчих засобів у співвідношенні з конкретним змістом частини номера і його загальною тематико-жанровою і графічною сукупністю.

На основі цих трьох рівнів композиції газети, проаналізувавши студентські періодичні видання, пропонуємо виокремити основні тенденції, завдяки яким виконуються правила, притаманні цій пресі:

- композиції усіх випусків газети студентам-дизайнерам вдається дотримуватися завдяки схемам побудови;
- повторюється композиція усіх авторських матеріалів попередніх номерів у кожному випуску;
- на найнижчому рівні – шпальті чи розвороті все залежить від особливостей верстки ілюстраційних матеріалів та тексту.

Читач, як відомо, ніколи не звертає увагу на системи композиційної побудови видання, а сприймає лише сюжетний зміст. На думку А. Іщика, дизайнер, художній редактор свідомо оперує структурними елементами видання, використовує потрібні та доречні художні засоби, бере за основу певну композиційну модель, обирає умовні схеми побудови, що називають модульною сіткою [59].

Справедливо стверджує О. Дуб, що модульна сітка є каркасом, який визначає, де на сторінці будуть розміщуватись елементи, і становить систему недрукованих (яких не видно при друці) вертикальних і горизонтальних ліній (напрямних), які ділять сторінку [38].

Певна річ, з допомогою напрямних верстають вже багато років. На нашу думку, цей спосіб ефективний і суттєво скорочує витрати часу на макетування, оскільки створений шаблон використовують, видаючи і наступні випуски. Добре продумана сітка описує фактично усе, що стосується розміщення елементів. Окрім цього, вона дійсно надає шпальті впорядкованого цілісного вигляду і сприяє збереженню стилю при переході від однієї сторінки до іншої. Також модульна сітка визначає основні зорові правила при роботі з публікаціями. Такі сітки (їх ще називають базовими) суттєво полегшують макетування, хоча і вимагають затрат часу на їхнє створення.

Модульну сітку, як нам відомо, створюють і добре продумують майже у всіх редакціях студентських видань. Винятком можуть бути ті редакції, у яких не знають про її існування, або ж верстають у непризначеному для цього програмному забезпеченні. Сітка визначає і показує своєрідний стиль верстання, який повторюється із номера у номер, адже містить такі елементи як колонцифри, колонлінійки, кількість стовпців тексту, відстань між заверстаними матеріалами, тобто багато художньо-технічних елементів, які використовуються у виданні. Модульна сітка допомагає дотримуватися композиції та структури з номера у номер.

Найбільшою проблемою та складністю у створенні видання, як вважає А. Іщик, є підпорядкованість, оскільки потрібно уважно стежити за деталями. Іноколи доводиться відмовлятися від елементів декорування, щоб не порушити архітектоніку всього видання [59]. Проте, дослідивши студентські газети, нам важко сказати, що при формуванні структури та композиції виникають дуже великі труднощі. Звичайно, є помилки, які проявляються у вигляді недоречних елементів архітектоніки у періодичному виданні, та все ж, багато газет виглядають гармонійно (див. дод. В.1). Напевно, відсутність потрібних навичок та знань замінює хист та вміння креативно мислити.

Головне завдання сучасного видавничого процесу полягає не в традиційному оформленні видання, а інтенсивній комплексній розробці його функціональної форми. В. Пахомов розглядає видання як впорядкований механізм, що складається з взаємопов'язаних елементів, які діють як єдине ціле [122]. Вважаємо, що більшість студентських періодичних видань, особливо видані майбутніми фахівцями видавничої справи чи дотичних спеціальностей, і справді цілісні та довершені. Не завжди гармонійно виглядають газети студентів, які у майбутньому не будуть видавцями.

План творить основу композиції, відомо, сама ж вона починається з організації матеріалів – їхнього розподілу та групування. У співвідношенні аналітичних та інформаційних матеріалів, позитивних та критичних, офіційних та авторських, редакційних та рекламних, текстових та

ілюстраційних, вибудовується черговий випуск. Повторюється побудова попередніх номерів, що і є композицією кожного номера.

Визначивши композицію номера, як ми знаємо, студенти, які видають газети, беруться до композиційної побудови кожної шпальти. Після того вирішується питання про розташування матеріалів: що саме заверстати на помітніших місцях шпальти – у верхніх її кутах, що – на середній та нижній частинах, до якого матеріалу привернути увагу і якими засобами, який обрати вид верстки та інше. Способи верстки, шрифтове та ілюстраційне оформлення, особливості лінійок, графічні акценти – всі художньо-поліграфічні засоби повинні бути налаштовані на посилення змісту шпальти як частини номера, яка має фізичні межі та тематичну самостійність. Якщо шпальта багатотемна, це не позбавляє її такої самостійності, хоча й підказує інші рішення для оформлення. Певна річ, що побудова та художнє оформлення окремої шпальти повинні бути узгоджені з композицією і оформленням інших шпальт, виглядати гармонійно у поєднанні.

В основі композиційної системи на неможливість оцінювати «спокійним оком» весь предмет одночасно звертав увагу В. Фаворський. Він говорив, що ми бачимо тільки окремі частини, і за допомогою руху з'єднуємо їх, отримуючи уявлення про просторову форму в цілому. Тому рух і рухові уявлення є в основі тієї зорової цілісності зображення, що внаслідок розгляду відчуває читач [172, 187].

Декілька дослідів провів А. Старч, щоб виявити, яку частину сторінки погляд читача швидше помічає і краще запам'ятовує. В результаті він визначив, що на правій шпальті найінтенсивніше сприймається верхній правий кут, найменше – нижній лівий. На лівій шпальті закони інтенсивності сприймання входять в протиріччя з негативними сторонами верстки в корінець [64]. Завдання верстальника, зокрема і в студентському виданні, полягає в пошуках найвигіднішого для читача і вдалого в композиційному відношенні рішення.

Згідно зі статистичними даними, ліва шпальта, в цілому, завжди сприймається не так активно, як права – 80% по відношенню до правої. Тому ілюстрації на цілу сторінку (зокрема, рекламні блоки) варто розміщувати на непарних, тобто на правих шпальтах. У той же час малюнок, що потребує при читанні детального вивчення і розгляду, наприклад, схему, що доповнює текст, треба розмістити зліва від тексту, тобто на парній сторінці [5; 64]. Звичайно, студенти не завжди використовують подібні рекомендації.

Дослідивши газети, ми можемо зробити висновки, що дизайнери та верстальники студентських редакцій користуються різними видами версток. Композиційні схеми верстки тексту, зазвичай, класифікують за трьома групами. Види верстки, стверджує В. Іванов, що входять у першу групу, характеризуються за конфігурацією матеріалів. Головною ознакою другої групи є напрямок верстки матеріалів на сторінці. Третя група визначається за ступенем симетрії розміщення матеріалів на сторінці [5; 58]. Ми побачили, що у газетах для студентів верстальники використовують різноманітні види верстки, іноді поєднуючи їх у композиції одного номера.

Вважаємо, що формування архітектоніки друкованих студентських газет здійснюється на основі якостей, властивих елементам оформлення для зручності користування виданням: поділ газети на рубрики, тематичні сторінки, виокремлення в окремий блок коротких інформаційних повідомлень, виділення початку або закінчення текстів, утворення складених зображальних матеріалів (див. дод. В.1).

Таким чином, традиційні елементи оформлення стають показниками складних зв'язків, які об'єднують усі компоненти. В. Фаворський стверджує, що, значеннєві, архітектонічні, функціональні, композиційні, конструктивні зв'язки – це та незмінна основа, на якій базується видання [173, 187]. Ці елементи, як відомо, поділяють великі матеріали на частини, які розміщують на різних сторінках. Аналіз взаємозв'язків різноманітних типів зв'язків елементів усередині твору В. Ляхов уважав найактуальнішим завданням теорії композиції [95, 187].

У порівнянні з газетами попереднього покоління, на думку Т. Харроуера, сторінки сьгоднішніх газети мають живіший та цікавіший вигляд (див. дод. Г.1). Цим вони зобов'язані технічному прогресу [177]. Для того, щоби преса змогла функціонувати при нових ринкових умовах, пише М. Картер, вона повинна не тільки інформувати, але і приваблювати. Сьгодні редакторам варто звернути увагу на дизайн [61]. Вивчений нами матеріал дає можливість стверджувати, що студенти активно користуються новинками технічного прогресу та новим програмним забезпеченням при створенні періодичних видань, роблячи їх цікавішими, також використовується увесь арсенал елементів. Тому в більшості студентських видань зважають не тільки на текстові матеріали, але і на композицію. Іноді може здаватися, що сама композиція та художньо-технічне оформлення важливіші за опубліковані статті, а насправді композиція просто посилює особливості заверстаних текстів.

Як показав аналіз, попри те, що це тільки студентські періодичні видання, редактори газет намагаються дбати про естетичну сторону дизайну, яка є умовою і засобом забезпечення високої якості газети та зацікавлення нею реципієнтами. Кожне видання прагне до того, щоби мати індивідуальний стиль. На думку І. Мудрої, індивідуальний стиль видання створюється з допомогою усвідомленого і виправданого вибору різних засобів дизайну: великий логотип, заголовки і фотографії, активне використання кольору, рамок і лінійок створюють яскравіший стиль, ніж виокремлення за допомогою гарнітури шрифту, суцільного фону і мінімальної кількості друкарських елементів. Дизайн друкованих ЗМІ і їхня упаковка створюється, здебільшого, на основі індивідуальних критеріїв редакції газети [111]. Вважаємо, що кожна редакція, створюючи газету, продумує її особливості, а також архітектоніку, щоби вже з першого номера вона була цікавою реципієнтам.

Таким чином, застосування елементів в конкретній газеті для молоді, яка навчається у вищих закладах освіти зумовлюється їхньою роллю;

порядок розташування, логічні зв'язки між ними знаходяться в основі структури видання. Будь-яке порушення єдиної композиції сторінки призводить до атектонічності форми й змісту, погіршує сприйняття газети, руйнує загальноприйняту модель та стиль.

На основі аналізу оформлювальних елементів як системи визначається тип газетних видань. До відмінностей, за якими формуються типи видань, на думку А. Янченка, належать: формат; обсяг; періодичність; кількість використовуваних шрифтів; наявність лінійок, кліше, інших елементів, виокремлення та відокремлення. Цілісності газетна сторінка набуває, коли засобами виділення утворюються змістові блоки [193]. Але, на підставі отриманих нами даних, за такими описаними правилами визначення типу газетних видань чітко розпізнати студентські періодичні видання нелегко. Адже усі вони можуть мати різні формати, обсяг номерів часто змінюється, періодичність у деяких із них теж нечітка. Щодо використаних шрифтів, наявності колонлінійок та інших елементів виокремлення, то все залежить від стилю та внутрішніх особливостей кожного видання. Попри усе, їх можна виокремити серед інших видів періодичних видань.

Архітектонічність друкованого видання залежить від точності композиційного відображення та гармонійного підпорядкування частин у цілому. Найточніше архітектоніка видання, за словами В. Ляхова, відображена у системі рубрик, заголовків. Правильно оформлений взаємозв'язок рубрикаційних частин є однією з основних вимог композиції [95]. Проаналізувавши студентські періодичні видання, можемо сказати, що кожна редакція дотримується своєї традиційної верстки рубрик і використовує її практично у кожному номері.

З точки зору В. Іванова, рубрика – особливий різновид газетного заголовка [58, с. 115], а Д. Георгієв зазначає, що розділ газети, який підтримується в ній з певною періодичністю являє собою один із найважливіших структурних елементів цього типу видань [25, с. 74], завдяки якому забезпечується його архітектонічна цілісність.

З огляду на досліджене, рубрики в більшості друкованих видань для студентів переважно постійні, узагальнювальні, інформативні, з фіксованим розташуванням на певних сторінках, типово оформлені в межах усього макета. Основна їхня функція, стверджує О. Харитоненко, – не зацікавлення, привертання уваги читача, створення «обличчя» газети, а лише структурування видання й полегшення пошуку інформації [176].

Чітка система рубрикації дозволяє без використання спеціальних елементів і засобів оформлення групувати окремі матеріали, визначати взаємозв'язок окремих елементів у середині рубрик та надає виданню стилю оформлення [187].

Підсумовуючи проаналізоване, стверджуємо, що у друкованих студентських виданнях є такі рубрики:

- новини (що відбулося в студентському містечку, в навчальному закладі, країні та світі);
- власні думки про певні проблеми;
- інтерв'ю;
- пізнавальна інформація;
- літературні доробки (студентів або відомих авторів);
- психологічні тренінги, корисні поради (як досягти успіху, як не марнувати час, як здати сесію без зусиль, як написати курсову чи диплом);
- рекламні оголошення (найрізноманітніші – від оголошень про роботу до того, як провести вільний час і в який клуб варто піти);
- конкурси та переможці (наприклад, «конкурс краси», «конкурс на найчистішу кімнату»);
- анонси (що де і коли буде відбуватися, про гранти на навчання);
- гороскоп (іноді придуманий самими студентами);
- фотоколаж (наприклад, з певної події);
- оголошення.

Отже, студентські газети як єдине ціле існують у багатьох номерах. Саме композиція об'єднує всі номери газети чи журналу спільними

художньо-технічними ознаками: системою розташування матеріалів на шпальтах, розділах і рубриках, постійністю та упорядкованістю цих розділів та рубрик, способами виокремлення матеріалів та їхнім індивідуальним оформленням. Більшість студентів-видавців дотримуються правил архітектоніки газет, та все ж іноді роблять помилки. Студентам-видавцям часто допомагає власна креативність та нетипове бачення структури, якого немає у досвідчених фахівців.

### 2. 2. 2. Структура студентських інтернет-видань

Швидкий розвиток інтернету на межі ХХ–ХХІ ст. відкрив нові можливості для розвитку недорогих демократичних медіа і в такий спосіб, з точки зору Б. Потятинника, відновив класичну теорію вільної преси з її постулатом загальнодоступності медіа-ринку та широкого суспільного діалогу [126].

Традиційно пражурналістськими явищами в мережі, зазначає О. Козлова, вважають авторські проекти, веб-огляди та блоги, що з'явилися в середині 1990-х [67]. Пізніше, як відомо, редакції газет відкрили новий медіаринок в інтернеті і зрозуміли його переваги. До таких переваг І. Мудра відносить виготовлення видання, адже воно, порівняно недороге за друкований аналог і практично безкоштовно рекламуватиме газету серед тих, хто звик читати з «монітору» [111]. Зважаємо на те, що серед студентської молоді майже всі користуються інтернетом, тому, завантажуючи цікаві об'єктивні матеріали, буде нескладно залучати читачів.

Дослідивши різні джерела, ми знайшли тлумачення терміну «структура». У тлумачному словнику пропонується визначення, у якому структура – це взаєморозміщення та взаємозв'язок складових цілого [13, с. 1405]. Вивчаючи архітекtonіку сучасного українського газетного видання, В. Шевченко зазначає, що структура – це внутрішньозмістова будова газети, виділення елементів, зв'язаних у єдине ціле, визначення місця кожного з них на сторінці та у виданні [186]. У довіднику «Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті» поняття «структура видання» трактується як відображення будови внутрішньої багаторівневої організації видання, наявність зв'язків між елементами змісту і форми [146, с. 79]. Екстраполюючи ці визначення на особливості медіаресурсів мережі інтернет, О. Колісник формує власне термінологічне тлумачення поняття, за якими

структура інтернет-газети – це складові онлайнного часопису і гіпертекстуальні зв'язки між ними [70]. Пояснює своє бачення структури періодичних інтернет-видань А. Сафарова так – сторінка, на яку зайшли, як багато не було б на ній інформації, є тільки невеликою частиною того айсберга, яким постає вся електронна газета [139, с. 80].

Структура студентських інтернет-видань, як нам відомо, практично не відрізняється від інших подібних сайтів, просто є деякі частини контенту, які виокремлюють їх з-поміж інших. Більшість вважає, що інтернет-версія газети дублює друковану, тому чимало редакцій студентських газет просто завантажують друковані видання у певних форматах в архів на сайті. Без сумніву, це не зовсім правильно, адже можна використати набагато більше можливостей, які надає сучасна техніка.

Редакції, у яких є веб-версії у мережі, на думку І. Мудрої, повинні зрозуміти, що сайт вимагає професійного підходу і відповідних витрат, а також те, що веб-версія – це не друкований аналог газети в інтернеті, а нове видання під логотипом друкованого [111].

Вважаємо, що багато різноманітної інформації, яка стосується студентського життя загалом, можна знайти саме на студентських сайтах. У наш час практично кожен ВНЗ створює власний інформаційний сайт. Наявність свого сайту – це хороша візитівка будь-якого навчального закладу. Як стверджує О. Зенкіна, поширеним різновидом сайтів навчальних закладів є сайти студентських інтернет-видань [51]. Проте, ми впевнені, що студентські інтернет-портали не можуть бути поширеним різновидом сайтів ВНЗ, між ними можна прослідкувати певні особливості, але все ж більшість студентських інтернет-видань в Україні ніяким чином не пов'язані з сайтами вищих навчальних закладів.

Дуже важливою, на нашу думку, залишається зручність користування, яка залежить від структури сайту. Здатність сайту задовольнити потребу відвідувача в комфорті, ергономічність, зручність в експлуатації (юзабіліті, англ. usability). Юзабіліті поділяється на комфортність сторінки і

комфортність веб-вузла. Як пише С. Бердишев, треба дотримуватися очевидних правил: важливі тексти та ілюстрації виокремлюють; неважливі матеріали можуть бути непримітними, але завжди упорядкованими; всі переходи на інші сторінки і сайти важливо виокремлювати; користувач повинен бачити в якому розділі сайту він зараз знаходиться; тему сторінки теж варто виокремлювати [6].

Наші дослідження показали, що на більшості студентських сайтів відвідувачам добре видно доступні переходи до розділів, найважливіші розділи виокремлені, завантажена інформація упорядкована. Багато інтернет-видань студентів зручні в експлуатації, але є і такі, де важливі тексти та ілюстрації не виділені, багато статей завантажені хаотично, не завжди видно переходи між розділами сайту, не завжди зрозуміло де саме можна знайти потрібну інформацію, що є чималим недоліком, тобто вони не дуже зручні у користуванні (див. дод. В.2). Напевне, ці сайти створювали самі студенти, які мають потрібні знання та практичні навички, але не подумали про юзабіліті.

Вважаємо, що в інтернет-періодиці студенти можуть допомагати одне одному, соціалізуватися, консолідуватися, вирішувати проблеми, обмінюватися інформацією. Але основні питання, які постали перед молодими людьми, що вирішили працювати над сайтом – це кінцевий інформаційний продукт, та інформаційна політика. З допомогою юзабіліті-підходу, певна річ, можливо знайти відповіді на ці запитання, адже у дослідженні інтернет-ресурсів він ґрунтується на врахуванні інтересів користувачів і дозволяє в майбутньому з максимальною ефективністю реалізовувати резерви сайту, що підвищує ефективність інтернет-продукту. З точки зору А. Степанова, метою підходу є пошуки оптимального балансу між задоволеністю користувачів: збільшенням їхньої конверсії (щоб сайт відповідав очікуванням) та збільшенням відвідувань, відгуків. Дослідження інтернет-видань при юзабіліті-підході являє собою дані про виявлені проблеми та шляхи їх вирішення за трьома рівнями: контент та інформаційна

політика; технічний стан; рекомендації щодо нових трендів, перехідних технологій [158].

Для дослідження структури та юзабіліті були використані сайти, вибрані автором в пошуковій системі google ключовими словами: «студентська преса», «газета для студентів», «газета студентів», «студентський сайт», «сайт для студентів», «сайт студентів».

З позицій соціальної журналістики першочергово увагу необхідно приділяти суспільним проблемам. Вивчення показали, що студентські інтернет-газети орієнтовані, насамперед, на соціально активних молодих людей, які зацікавлені у вирішенні проблем. Під час нашого аналізу сайтів визначилися основні електронні рубрики, які найчастіше створюють:

- головна;
- новини;
- бібліотека;
- пізнавальна інформація;
- молодіжна політика;
- діяльність молодіжних організацій;
- соціальна підтримка, соціальна інформація;
- освіта, наука, професія;
- дозвілля;
- культура;
- корисні сайти;
- архів;
- здоров'я і спорт;
- блоги;
- фоторепортажі;
- оголошення;
- форум;
- контакти.

Як видно, є рубрики присвячені навчанню, практичному досвіду, рубрики з соціальною інформацією. Також опубліковано чимало статей, які містять аналітичну інформацію та думки без цензури. Основна увага студентських інтернет-видань на наданні новинної та розважальної інформації, розміщенні навчальних матеріалів чи посилань на електронні бібліотеки, також публікують критичні та аналітичні статті.

Найтипівішими характеристиками структури та оформлення мережевих видань, очевидно, є гіпертекстуальність та розміщення публікацій у «блоки». О. Зяцькова пише про німецьку молодіжну інтернет-періодику, що вона багаточисельна та різноманітна, відрізняється високим рівнем інтерактивності [54]. Як ми побачили, українські студентські мережеві видання не завжди використовують мультимедійність. Основними способами зворотного зв'язку на сайтах студентських ЗМІ є: гостьова книга, форум, чат (найчастіше користуються форумом).

Про неактивний розвиток деяких студентських ЗМІ, як ми вважаємо, свідчить щомісячне оновлення, що для динамічних інтернет-видань є неприйнятним. У більшості студентських мережевих видань враховані як впровадження технологічних новинок, так і особливості аудиторії, споживачів ЗМІ, бажаних бути «співтворцями» новин і співучасниками подій.

У наш час найпоширенішими інтернет-ресурсами є сайти, веблоги і соціальні мережі. Сайт – системне багаторівневе об'єднання різних ресурсів та сервісів, А. Степанов вважає, що для адміністрування потрібні спеціальні знання та програмне забезпечення [158]. Такі твердження ми заперечимо, адже студенти-журналісти не самі роблять сайти. Здебільшого цим займаються фізичні чи юридичні особи, яким просто варто сказати, щоб робили просту і зручну панель керування. На думку С. Бердишева, від веб-майстра вимагається довести потенціал управління ресурсів до рівня, при якому навігація є настільки ж легкою і приємною, як і перелистування справжнього журналу – цікавого та добре завершеного, чого можна досягнути зменшенням об'єму безкорисних мультимедіа і реклами [6]. Такий

журнал, якщо він створений якісно, містить у собі багато цікавої інформації, яка дуже привабливо оформлена.

Проаналізувавши студентські сайти, нами зроблено висновки, що вони рідко оновлюються, їм властива недостатня інтерактивність і мультимедійність. Існують різноманітні студентські спільноти, з постійно оновлюваним текстовим і мультимедійним контентом при повній відсутності інформаційної політики та відповідності медійного змісту, на противагу їм – офіційні сайти ВНЗ, які технологічно відстають. Як стверджує А. Степанов, у цій ситуації можливі 3 варіанти співіснування. Перший: студентські спільноти об'єднуються, потім, опрацювавши інформаційну політику, і розподіливши функції, забезпечують роботу єдиного співтовариства з усіма інтерактивними сервісами та стрічкою новин. Другий варіант: перехід студентських сайтів з власних доменів в акаунти соціальних мереж. Третій варіант: соціальна мережа на основі студентського сайту, або передача частини функцій співтовариствам соцмереж, які вже існують (голосування, обговорення тем, отримання мультимедійних матеріалів) [158].

Вважаємо, що запропоноване практично неможливе, адже у соціальних мережах адміністраторами груп і сторінок є люди, які можуть бути незацікавленими у тому, щоб узгоджувати з кимось інформацію, яку публікують, об'єднуватися та дотримуватися спільної редакційної політики. Щодо реципієнтів, то варто сказати, що ті, кому нецікава інформація у будь-якому випадку будуть її ігнорувати, а ті, які цікавляться опублікованими матеріалами чи просто читають публікації видання, обов'язково читатимуть, навіть якщо все розміщене не у соціальній мережі, а на окремому сайті.

Задля зручності у користуванні, як ми знаємо, більшість студентських інтернет-газет мають дуже схожу структуру. Розглядаючи інтернет-газету як відкриту інформаційну конструкцію, О. Колісник виділяє три основних структурних блоки цієї системи: вхідна сторінка; сторінки, що зберігають поточні матеріали номера; архівні матеріали [70]. Як відомо, на формальному

рівні всі три блоки видання взаємопов'язані: читач, активізуючи гіперпосилання, вільно переміщається від одного розділу до іншого.

Друковане видання, певна річ, має свою першу шпальту, а мережева газета пропонує її еквівалент – вхідну (головну, домашню, стартову) сторінку, яка відображає основні матеріали і є місцем зв'язку зі сторінками окремих рубрик. Вхідна сторінка на всіх сайтах слугує своєрідним «шлюзом» до ресурсів видання. М. Колесникова зазначає, що з одного боку, на рівні апарата випуску (номера) сторінка представляє зміст окремого номера – матеріали і їхні ліди, з іншого – діє на рівні всього сервера як зміст, забезпечуючи доступ до інших елементів сервера: архіву, посилань, форумів, інформації про проекти тощо [68, с. 133].

Першоелементом вхідної сторінки, безперечно, виступає так звана «шапка» – графічно виділена смуга, у якій, як правило, знаходиться назва видання, складові фірмового стилю чи графічний символ. Зазначається день, місяць, рік, час виходу. На верхньому рядку сайтів деяких інтернет-газет розміщуються баннери зі швидко змінюваною рекламою.

Зазвичай під «шапкою» – рубрикація, тобто система рубрик інтернет-газети, створена у вигляді навігаційної панелі (меню) сайта. На думку М. Уланової, мережеві газети послуговуються двома варіантами розміщення рубрик: горизонтально у верхньому колонтитулі сторінки чи вертикально в лівій колонці. Часто зустрічається комбінація цих способів, коли для організації навігаційної панелі використовують і верхній рядок, і ліву колонку. При цьому у верхньому рядку, як правило, розміщують посилання на найважливіші, за переконанням розробника (власника/замовника), розділи [171, с. 208]. З огляду на дослідження, ми знаємо, що інколи також рубрики розміщують справа. Зауважимо, що тематичні розділи, так само як і «шапка» інтернет-газети, залишаються незмінними на кожній сторінці. Рубрикацію можна назвати довготривалою змістово-тематичною моделлю видання. Є серед студентських сайтів такі, в яких основні рубрики розміщені і справа, і зліва, що трохи дезорієнтує при перегляді сторінки.

Усередині тематичних розділів, зазвичай, детальніше подають зміст за допомогою підрубрик, кожна з яких фокусується на окремій ідеї чи окремому аспекті проблеми та є відносно автономною. Відповідно, навігаційна панель вибудовується у родо-видову ієрархію, у якій спочатку написаний загальний заголовок розділу, що далі розкривається через заголовки підрубрик. Заголовки розділів і підрозділів, переконана М. Уланова, мають відповідати таким вимогам: повнота і точність характеристики змісту; стислість; виразність; стильова і логічна відповідність назві інших рубрик і загальному заголовку видання [171, с. 208].

Центральну частину головної сторінки, справедливо зазначає Ф. Грозданов, займають анонси статей, які подаються відповідно до вагомого структурного правила інтернет-газет – найважливіші та найцікавіші тексти повинні розміщуватися на найвидніших місцях, а не дуже актуальні матеріали розташовуються в глибині номера, внизу електронної сторінки [28, с. 21]. Хоча нам відомо, що студенти не завжди дотримуються цього правила і завантажують статті з такою порядковістю, з якою вони надходять до редакції.

У практиці редакторської підготовки інтернет-газет сформувався певний стиль оформлення публікацій, спосіб подачі яких відзначається триступеневою організацією: заголовок і анотація доступні на першій сторінці, зміст – у належному тематичному розділі й архіві. Слушно в цьому контексті зазначає М. Уланова, що читач може перейти до статті трьома прямими шляхами: побачити на першій сторінці, знайти її у відповідній тематичній рубриці, в архіві. Сполучною ланкою і засобом переходів між цими частинами є гіперпосилання [171, с. 200]. Відомо, що це комплекс постійних візуальних елементів, які слугують для орієнтації в структурі веб-сайту і переміщення користувача. За допомогою гіперпосилань відбуваються всі внутрішні зв'язки і в студентських інтернет-газетах. Стаття може існувати у скороченій формі в переліку публікацій, і в розгорнутій – у вигляді повного тексту, розміщеного на окремій сторінці. Саме в першому випадку йдеться

про розташування журналістських публікацій на вхідній сторінці. Цей спосіб подання газетного повідомлення включає такі елементи: назва рубрики, до якої належать публікація; заголовок статті; анотація матеріалу; фотографія-ілюстрація; спеціальні позначки (наприклад: коментарі).

Таким чином, текстові повідомлення на стартових сторінках інтернет-видань для молоді, яка навчається у вищих навчальних закладах, подаються розширеними інформативними заголовками новин, які обов'язково супроводжуються анотаціями (лідами). Їхнє призначення – стисло викласти зміст твору і зацікавити читача сюжетом, змусити прочитати не лише заголовок, а й статтю. Стандартний обсяг такого ліду, очевидно, варіюється від одного рядка до трьох. Поряд із заголовками і короткими змістовими характеристиками статей, як правило, знаходяться невеликі за розмірами, але виразні, логічно підібрані кольорові фотографії. Зазвичай їх подають зліва від назви публікації. Щоб ознайомитися з повним текстом статті, пропонується натиснути на спеціальний декоративний символ чи слова («детальніше», «читати далі»), або ж анотацію чи заголовок, оформлені як гіперпосилання.

Внизу вхідної сторінки зазвичай знаходяться відомості про видавця, знак охорони авторського права, неодмінним елементом якого є символ ©, електронна адреса редакції, номер свідоцтва про реєстрацію (не у всіх студентських виданнях є цей номер). Не всі названі компоненти проставляються в інтернет-газетах, якими керують студентські редакції.

Кожна сторінка, як показало наше вивчення інтернет-видань для студентів, включає в себе: назву газети; поточну дату і час; меню; рубрику, до якої належить матеріал; заголовок публікації; ім'я автора; дату публікації; фотографії; повний текст статті. Часто на початку чи в кінці публікації розміщують різні графічні символи і вирази, які відображають можливості: друку статті; її пізнішого прочитання; відправлення електронною поштою на вказану вами адресу; висловлення коментаря.

На сайтах інформаційних агенств, зазвичай, немає закінчених статей, оскільки публікація завершується лише після завершення події, але в студентських виданнях публікують вже завершені матеріали. Інтернет-газета являє собою інформаційний масив, у якому важливий не лише поточний номер, а й матеріали минулих випусків, що становлять невід'ємну складову – архів. Його наявність значно підвищує якість нового виду ЗМІ і розширює спектр інформаційних послуг, які медіаресурс може запропонувати читачеві. Деякі мережеві версії друкованих видань, зазначає О. Колісник, пропонуючи безкоштовний доступ до матеріалів поточного номера, беруть плату за користування архівом [70]. На нашу думку, навряд чи хтось би користувався архівами студентських сайтів, якщо за це треба було платити, тому архіви і загалом вся інформація знаходяться у вільному доступі. Найуживанішими на таких сайтах є хронологічні архіви.

Отже, структура студентських інтернет-газет є не менш важливою, ніж структура друкованих періодичних видань. Загалом студентські інтернет-видання практично не відрізняються від інших, та все ж є деякі підрозділи та інформація (див. дод. В.2), які допомагають студентам у навчанні, (наприклад, електронна бібліотека, корисні для навчання посилання). Недоліками деяких інтернет-видань є низька інтерактивність, а також студенти не завжди використовують мультимедійні можливості (завантажують в архів лише pdf електронних видань), серед недоліків також може бути не завжди зручна у користуванні структура.

## **2. 3. Лінгвостилістичні особливості сучасної студентської публіцистики**

Стиль написання статей у студентських виданнях достатньо суперечливий, оскільки, шукаючи способи подання матеріалів, автори використовують багато різних прийомів, і внаслідок цього в одній статті можуть бути використані лексеми, властиві різним стилям.

Пишучи та публікуючи матеріали, як відомо, найчастіше журналісти використовують публіцистичний стиль, де логіка викладу та емоційно-експресивне забарвлення здебільшого взаєморівноважені. Якщо офіційно-діловий та науковий стилі прагнуть до найбільшої інформативності, а деякі розмовні та поетичні тексти відзначаються дуже високим ступенем емоційності, то публіцистика мусить бути одночасно і впливовою, й інформативною. Публікаціям цього стилю властиве чергування експресивних та інформативних уривків.

Емоційно-експресивна виразність фразеологізмів допомагає не тільки створити певні картини, образи, а й викликає емоційний відгук адресата. Л. П'ятниця та В. Садівничий впевнені, що такий характер усталених словосполучень робить текст цікавішим, пробуджує увагу читача, його інтерес до повідомлення, а це полегшує сприймання інформації [118].

В результаті досліджень текстів, ми зробили висновки, що у студентській періодиці активно використовують публіцистичний стиль та емоційно забарвлену лексику при написанні статей. Але все ж існують певні відмінності, які відрізняють її від інших періодичних видань. Все залежить від того, хто саме видає газету. Звичайно, якщо це офіційні видання, то нічого нового з точки зору стилістики немає. У неофіційних, незалежних газетах, чи виданнях студентських організацій використовують різну

лексику. Студенти у публікаціях вживають лексеми, які належать до різних стилів. Дуже часто автори текстів зловживають сленгом.

Зазначимо, що на шпальтах студентських видань поряд із загальноновживаною лексикою є і специфічна, позалітературна, тобто сленг (хоча різні дослідники по-різному називають це явище). Вони урізноманітнюють мовлення, привертають до тексту увагу, впливають на реципієнта. Використовуючи таку лексику, журналіст прагне вразити читача своєю дотепністю та неординарністю. На думку Л. П'ятниці і В. Садівничого, головна мета – встановити тісний зв'язок між автором й читачем, вживаючи мову тієї ж соціальної групи, на яку спрямоване повідомлення. Це викликає певний стилістичний ефект, а нова експресивність дозволяє загострити читацьке сприйняття [118].

Деякі дослідники говорять про психологічну причину використання експресивних засобів у мові ЗМІ, зокрема жаргонізмів. Мовознавець О. Пономарів пояснює, що жаргонізми з'являються внаслідок прагнення носіїв мови бути дотепними та є результатом властивого людям бажання порозважатися [125]. Саме тому, на його переконання, дуже багато жаргонізмів виникає в молодіжних колективах, студентських у тому числі. Їх і використовують студенти-журналісти.

Під жаргонізмами, як стверджує О. Пономарів, слід розуміти лексикон розмовного мовлення людей, пов'язаних певною спільністю інтересів [125]. Найчастіше це спільність професійна, сюди належить і тривале перебування поряд (наприклад, навчання), однакові захоплення (спортом, мистецтвом тощо). Прикладом можуть бути такі слова: «медфаківці», «політехівці», «університетівці», «універ», «футзалісти».

Надійних критеріїв диференціації жаргону та сленгу поки що не існує, як зазначають Л. П'ятниця та В. Садівничий, ці лінгвістичні поняття мають багато спільного: вони породжені певним середовищем, у масиві загальнонародної мови не нейтральні стилістично [46]. Крім того, у «Великому тлумачному словнику української мови» є визначення сленгу як

жаргонних слів або виразів, характерних для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення [14].

Якщо на початку 90-х років, стверджує А. Станкевич-Шевченко, ми відзначали інтелектуалізацію газетно-публіцистичних текстів, то сьогодні треба знати простомовні слова, молодіжний сленг чи навіть кримінальне арго, англійську мову або латину [157]. Л. Ставицька розглядає використання жаргонізмів в українській художній літературі 80–90 рр. ХХ ст. як непрямий протест проти сомнамбулічної масової свідомості та українського стереотипу елегійно-романтичного способу художнього світовідчуття і констатує спад жаргонного нагромадження в тексті [156, с. 215]. Нам відомо, що для студентських видань та періодики, яку видають для молоді, характерне посилення ролі неформальних, нелітературних одиниць.

Журналісти, коли пишуть статті, які орієнтовані на молодь, зазначає Д. Осійк, вдаються до використання неофіційної, позалітературної лексики, якою вона і спілкується у невимушених життєвих ситуаціях, – так званого сленгу. Він як субмова зараз дуже активно оновлюється, розширює коло свого існування, виходячи за межі молодіжної аудиторії. Спостерігаємо контактування сленгу з іншими субмовами, з мовою літературною, що часто поповнюється новими лексичними одиницями через сленгізми, які за певних обставин втратили свої специфічні властивості [116].

Як свідчать наші дослідження, молодіжні та студентські тексти найекспресивніші та емоційні порівняно з усіма іншими. У таких ЗМІ це найчастіше досягається за допомогою лексики: жаргонізмів, арго та, звичайно ж, молодіжного сленгу.

Часто студентські видання використовують сленгові одиниці там, де вони себе не виправдовують. Вважаємо, що таке явище у ЗМІ негативно відображається на свідомості реципієнта, який так починає розмовляти і в реальному житті. Надмірне вживання такого роду експресивної лексики призводить до засмічення мови.

Проблема полягає у тому, що межа між сленгом і просторіччям дуже хитка, а вживання ненормативної лексики загрожує тотальним спрощенням державної мови. На думку мовознавців, велику загрозу становить саме чужомовна експансія. Якщо раніше мовний національний простір потерпав від мови східних сусідів, то сьогодні цей вплив подвоївся. Крім росіянізмів, які творять свою мову – суржик, до цього процесу долучається ще американська маскультура. Д. Осїїв впевнений, що для української мови така лексика неприродна. Мелодика і фонеміка нашої мови не здатна самостійно творити слова на зразок «круто», «кльово», «общага». Вони фамільярні, радше – вульгарні [116].

Як стверджує А. Довгаль, сленг – явище поширене і за конкретними ознаками його можна класифікувати [36]. Варто зазначити, що сленгізми нейтральні та позитивно забарвлені – це не шкідливе утворення мови, яке вульгаризує усне мовлення, а органічна та деякою мірою необхідна частина цієї системи. Сленг розвивається та змінюється дуже швидко, він може швидко утворитися і швидко зникнути. Його використовують у різних сферах суспільного життя. Ці всі зміни відбуваються для спрощення усної мови та її розуміння.

Без сленгу, ймовірно, наша мова не була б такою яскравою, емоційно-насиченою, адже ця субмова звернена не лише до розуму, а й до почуттів, на думку А. Довгаля, її можна назвати одним із найнеобхідніших елементів загальнонаціональної мови [36]. Вважаємо, що надмірне захоплення сленгом може призводити до постійного витіснення нормативної лексики, виникнення мовної агресії. Не варто вживати сленгові слова і вирази або ж послуговуватися негативно забарвленими лексемами, адже це призводить до звички сприймати життя легковажно, несерйозно.

Багато дослідників по-різному називають сучасну молодіжну лексику: «жаргонізми», «арго», «молодіжний сленг», а також «позалітературні лексеми» (хоча тепер їх використовують у своїх творах сучасні

письменники). Попри усе, це мовне явище продовжує розвиватися – постійно з’являються нові слова студентсько-молодіжного сленгу.

Дослідники вважають, що небезпечними є такі деформації у мовному просторі ще й тому, що мова впливає на світосприйняття людини, її мислення. З точки зору В. фон Гумбольдта, мова – неначе призма, крізь яку людина дивиться на світ. Чужий словесний бруд, який заповонив побутове мовлення, проникає у підсвідомість, змінює ментальність, творить нову реальність. Засилля чужого за походженням і за природою витісняє своє, національне.

Кредо у творенні національного мовного простору повинні стати слова І. Франка: «Кожна літературна мова доти жива і здібна до життя, доки має можливість, з одного боку, всмоктувати в себе всі культурні елементи сучасної цивілізації, значить, збагачуватися новими термінами та висловами, відповідними до прогресу сучасності, не тратячи при тім свого основного типу і не переходячи в жаргон якоїсь спеціальної верстви чи купи людей» [27].

Напевне, завдання молодих журналістів полягає у тому, щоб виокремити усе, що увиразнюватиме наше мовлення, збагачуватиме літературну мову. Молоді люди повинні творити сленг самостійно, а не калькувати його за зразками з чужої мови.

Розглянувши і проаналізувавши студентську публіцистику, ми побачили там нижче описані групи мовних одиниць. У статтях використано лексеми повного запозичення з іншої мови, в більшості випадків з англійської [113]: «трефікер», «геймплей», «сеттінг», «бластери», «планетарні рейди», «саунд», «оупенейр», «клакер», «драм-н-бейс», «діджей», «хіп-хоп», «хіп-хонер», «шоу-бізнес», «гламур», «сінгл», «лонглей», «трек», «паті», «трек-ліст», «хамсовий діджейсет», «електробрейкбіт», «техно-паті», «вікенди», «лайнп», «поп-арт», «треш», «фешн», «пікапер», «панк-шоп», «кайтинг», «калкінг», «рафтинг», «дайвінг», «серфінг», «шопінг», «хай» (привіт), «йоу» (вигук), «ленд-арт», «атракції», «снеп-шот», «хедлайнер», «слем», «боді-

арт», «рафтинг», «мультипл», «промоутер», «райдер», «бек флін», «мото-фрїйстайл», «кавер», «метроном», «рунет», «рїдер», «реаліті-шоу», «андеграунд», «бенд», «стрит», «скейтбордінг», «пул-скейтінг», «лузер», «готік паті», «гутен морген», «крейзі», «дарк», «андеграунд», «пейчек», «дрес-код» та інші.

Останнім часом, як ми помітили, з'явилася тенденція писати російські слова українськими літерами (так звані росіянізми [170]). З контексту можна зрозуміти, що це використаний авторами прийом гострого сарказму. Дослідниця А. Садова стверджує, що дехто це пов'язує з творчістю Леся Подерв'янського та його стилем, інші – з підвищенням національної свідомості української молоді. Варто сказати, що в студентській періодиці ці лексеми використовували для того, аби висміяти тих, хто спілкується суржиком: «советські времена», «товаріці», «обустройство жил'я», «отсутствіє», «стенка», «откуда-то», «животні», «баловство», «йомкості», «жильо», «похоже», «подорожання», «проделує», «маньовр», «шото ненужне», «токо», «спаленькі малюпусенькіє», «настояцій паркет», «дрож», «ковьор», «между досками», «нада», «луче», «покритіє», «тарелка», «смотрите», «мастер», «стое», «канєшно», «безполезна», «оползень», «случіця», «дарагая», «двохетажна», «ждала», «качество», «раньше», «прелічно», «прекрасний», «поскорей», «спасіба тебе», «червонец», «красавец», «ребята», «меропріятя», «мальчік», «моск» та інші.

У проаналізованих публікаціях траплялися і запозичення основи іншомовних слів [44]: «гангста-розбишаки», «хаус-вечірки», «брейково-дабстеновий», «фрїстайлерський», «CD-компіляції», «скарифікація», «олдовий», «юзати», «панкушиний», «трабли», «супер-пупер» та інші.

Також нам відомо, що у статтях студентів є лексеми, перекладені з використанням стандартної лексики в особливому значенні [44]: диск – «млинець», мобільний телефон певної форми – «розкладушка», тролейбус – «рогатий» та інші.

Певна річ, в публікаціях студентами використовується сленг професійних груп [36]: «мінімалісти-технарї», «мінімал», «тек-хаус», «вініл», «дін-тек», «фанкі-поп», «біг ер», «фрїрайд», «спринти», «ІТ-шники», «SEO-шники», «міні-рампа», «оллі» та інші.

У публікаціях ми виявили слова, створені за допомогою лексичного ігрового прийому – зближенням слів на основі звукової подібності, звуковим перенесенням [44]: e-mail – «мילו», millionaire – «мільонер», million – «лимон» та інші.

Як показав аналіз, в текстах активно використовується молодіжний сленг [36]: «мажорна дурепа», «кльово», «класно», «бомбово», «супер», «прікольно», «розвод», «всі підорвані», «блюзовий кач», «засвітитися», «тусовка», «тусовщик», «тачки», «круті кобіти», «безшабашиність», «не провтикати», «драйв», «напрягає», «не катить», «бабло», «препод», «чувіха», «чувак», «ламаються», «доконати», «універ», «хохма», «фізрук», «фіз-ра», «фігня», «харити», «парити», «звалити» (піти), «блін», «запара», «захавати», «на собаках» (на машинах), «фест», «орги» (організатори), «розкуйоцані мізки», «роздовбані кінцівки», «піднапрягся», «ульо», «глючить», «інфа», «до Срайкова на празник» (відрядження), «фіфа», «дівка», «дівача», «пацанка», «готи», «пацанчік», «дяфан» (дядько), «капец», «нефари», «ламанутися», «готішний імідж», «пішкарусом», «поперли», «паразити» (про молодь), «респект», «уважуха», «прикид», «фінти» (викрутаси), «фінгал», «клізми» (про неприємних людей), «задовбало», «зафутболив», «півтики», «вкалувати», «шара», «лаби» (лабораторні), «либитися», «комп», «тусовка», «обжировиско» та інші.

Також у деяких статтях трапляється інтернет-сленг [191]: «превед», «каг діла», «прувет», «прувет», «здрям», «хальов», «здра», «первета», «здорів», «хай», «превед медвед», «пука-пука», «ася», «аффттар жжот», «тема зачьот», «чат-юзери», «відстійна тема», «аффттар убейся ап стєну», «аффттар випей йада», «тема байан», «ржунімагу», «пацтулом», «уйшов пацтол», «Гггггг», «гагагагга» (імітування сміху), «усміхнуло», «інет»,

«нет», «сітка», «креведко» (креветка), «чвяточги» (квіточки), «іди паси їжачків», «йди сапай вазонки», «тема мегорозрифффф», «йа креветко», «жаргон падонкафф», «песши есчо», «пеши есчо», «пеши исцо» та інші.

Не часто, але все ж використовували і лайливі та нецензурні слова, інколи навіть називаючи ними статті.

Окрім молодіжного та студентського сленгу, нецензурної лексики, у студентській публіцистиці, як показало вивчення матеріалів, використовують терміни з точних, гуманітарних і природничих наук та крилаті вислови латинською мовою.

Студенти, які, здебільшого, використовують у статтях багатозначні та з емоційним відтінком мовні одиниці, також вживають однозначні і позбавлені експресії терміни: «нейропептиди», «рефлексія», «свідомість суб'єкта», «вища методологія», «внутрішній локус контролю», «інсайт», «індивідуальна складність», «метафізика», «імунітет», «мікрофлора», «філософія екзистенціалізму», «інверсія тендерних ролей», «фемінність», «маскулінність», «соціально-психологічні фактори індивіда», «візуальна імітація», «целюлоїдна кіноплівка», «умбиликус» та багато інших.

Як відомо, не завжди у звичайних періодичних виданнях можна знайти крилаті вислови латинською мовою, але вони трапляються: «*Como gradate?*» (І так крок за кроком); «*Carpe diem!*» (Лови момент!); «*Ex libris*» (З книжок); «*Vox populi?*» (Голос народу?); «*Barba non fasit philosophum*» (Борода не робить філософом); «*Littera scripta manet*» (Написана літера залишається); «*Gaudeamus igitur iuvenes dum sumus...*» (Погуляймо, юнаки, доки є ще сила...); «*Vivat academia, vivat professors*» (Хвала академії, хвала професорам); «*Vivere! Vincere! Create!*» (Жити! Перемагати! Творити!).

Найвиразніші особливості стилю студентських публікацій, з нашої точки зору, – несподіваність, відвертість та надмірна емоційність. Також використовується сарказм. Зазвичай усі періодичні видання для різних вікових читацьких аудиторій, видані професіоналами, передбачувані. Для

прикладу нижче подано декілька уривків зі статей, опублікованих у різних студентських виданнях.

Д. Кругликова «Комікси. Воно нам треба?» (Рупор, № 1, 2008):

*«Комікси зазвичай жорстокі, де добро перемагає зло тільки тоді, коли добро виглядає як Міс Всесвіт і одягнене в купальник, чи як переївший стероїдів бугай в трико, і обов'язково в них є при собі магнум або базука.»* [82, с. 14].

І. Крюкова (Соняшник) «Music Fest in the KPI» (Поліграф, № 9 (39), 2006):

*«Досить цікаво і весело спостерігати за різноманітністю субкультур, які представляє КПП, і на те, як вони уживаються разом!*

*... Чувак з контрабасом – «просто красавець»!*

*...Звучання басове, а мова турецька! Насправді турецька!!!. Найстильніші цього вечора!..»* [83, с. 12 – 13].

BlackCat «Парад носорогів», або Скульптура по українськи» (Рупор, № 1, 2008):

*«Хотілося б збрехати, сказавши про хоча б деяку обізнаність українців у сфері сучасної скульптури. Але, на жаль, до цієї виставки більшість з них була свято переконана у тому, що такої в Україні взагалі не існує»* [196, с. 20 – 23].

«Плітки студентів» від Любомири (Рупор, № 1, 2008):

*«А ще йому студенти дали прізвисько Поросятко (прізвисько повністю характеризує його внутрішній світ, до речі, він не вживає собі подібних, не жре скотина скотину), так він якось звинуватив нашу групу за це»* [93, с. 55].

М. Ганущак «У туалет на екскурсію!» (Сова, 2005 р.):

*«Як би це не смішно звучало, але й справді після ремонту багато хто зі студентів ходив в туалет не за природним покликом, а просто щоб помилуватися ним. Нарешті керівництво Академії почало думати не лише за коридори, але й про більш важливіші для кожного студента місця. Тепер можемо з гордістю сказати: «Туалет – перлина Академії!»* [22, с. 2].

В. Муқан «Перший тиждень вересня» (Студент plus, № 45, 2008):

*«...Це були приємні, сповнені насолоди дні. А що ж буде через тиждень, через два, через місяць?! Невже це півріччя буде таким же, як і 1 тиждень навчання?! Невже мене знову будуть переслідувати жахи, в яких мій викладач душить мене, а потім виганяє з універу?! О, ні! Де моя машина часу?! Я хочу назад, у літо 2008!» [112, с. 8 – 9].*

А. Зайцева «Здорові шаленим та драйвовим!» (Рупор, № 1, 2008):

*«Нудне фізичне виховання?!?! Молодь за веселий спорт живих, справжніх, неочікуваних вражень та емоцій!» [50, с. 36 – 38].*

Г. Листвак «Тс-с-с!» (Сова, 2005 р.):

*«Тс-с-с! Не сполохайте літо!» [89, с. 1].*

К. Хрумова «Асоціації» (Рупор, № 1, 2008):

*«І ось, коли вже четверта ранку і твій мозок прагне ігор, а тіло каже: «Придунок, займай вільне місце на підлозі та спи!», – саме тоді прийшов час зіграти в асоціації.» [179, с. 28].*

Гліб «Демотивовані навчальним процесом або Де мотивація мотивації» (Ять, 2012):

*«Напевно, не можна стверджувати, що демотивація мотивації почалася вже на першій парі в ІЖ. Однак те, що вона нас приголомшила, – поза всяким сумнівом. Спершу абрєвіатурою своєї назви. ТЗОВ! Та остаточно нас, зелених, добило, коли дізналися, що вивчатимемо. Матриці! Кому очі на лоба полізли, в когось зринула подоба іронічної посмішки, яка до кінця навчання зеволуціонує в саркастичну. Найважче ж було щирим гуманітаріям: наївні, вони були певні того, що все так чи інакше пов'язане з математикою зосталося в далекому шкільному минулому.» [198].*

Погоджуємося з твердженням Д. Варивод, що автори в першу чергу є «мовними особистостями», тому не можуть відокремитися від екстралінгвістичних факторів [11], тобто все, що оточує студентів, впливає на особливості написаних текстів.

Отже, проаналізувавши студентську періодику, ми вважаємо, що тексти у цих виданнях емоційні та динамічні. Через відсутність певних правил студенти можуть використовувати різну лексику (молодіжний сленг, терміни) в будь-яких періодичних виданнях – і в неофіційних, і в незалежних, і в виданнях студентських організацій. Винятком є офіційні газети та журнали, а також ті, які цензурує керівництво. Зазвичай лексика періодичного видання залежить від самого редакційного колективу і авторів статей.

Дослідники проблеми використання у періодичних виданнях студентського сленгу вважають, що варто намагатися певним чином контролювати виникнення та вживання сленгу, але ми впевнені, що чим більше заборонятимуть подібну лексику, тим більше провокуватимуть студентів до її використання у публіцистиці, усному та інтернет-спілкуванні.

На наш погляд, субмова, яку створює студентська молодь, не є великою проблемою. Як правило, культура мовлення змінюється після закінчення студентського життя. Окрім того, в більшості випадків на співбесіді на роботу просто необхідно спілкуватися літературною мовою. Тобто ті, які прагнуть стати успішними, усвідомлюють, що у них на це мізерні шанси, якщо вони спілкуються субмовою. Можливо, якщо у студентських періодичних виданнях пропагували б національні цінності та була б присутня патріотична ідеологія, то це б спонукало студентів до використання літературної мови у своїй публіцистиці.

## **2. 4. Дизайн студентської друкованої та інтернет-періодики**

### **2. 4. 1. Художнє та технічне втілення друкованих студентських періодичних видань**

Науково-технічний прогрес впливає на усі сфери життя людей, завдяки цьому з'явилися нові можливості у створенні друкованих періодичних видань. На перший погляд сучасні газети та журнали дуже відрізняються від тих, які видавали колись, і хоча більшість елементів художньо-технічного оформлення залишилися тими самими, проте сучасні технології, вітчизняний і закордонний досвід та інші чинники вплинули на формування нових тенденцій в оформленні та верстанні газет.

Усі види друкованої продукції (книги, журнали, газети), зазначає В. Шевченко, будуються на однакових закономірних зв'язках між змістом і формою, складаються з подібних елементів, які зв'язуються за єдиними ознаками певними засобами [187]. Як нам відомо, деякі дослідники стверджують, що на формування типу газети впливають прийоми оформлення. Студентська періодика своєрідна в художньо-технічному оформленні, адже, насамперед, орієнтована на вподобання читацької аудиторії.

Людина, яка займається створенням газетно-журнального дизайну, стверджує А. Ворона, може не мати журналістської освіти [20]. Вважаємо, що достатньо бути ознайомленим з усіма нормами і правилами творення графічної моделі видання та володіти навичками роботи зі спеціалізованими технічними засобами та програмним забезпеченням. Зазвичай у студентській пресі дизайнерами є студенти, які тільки вчаться робити макети видань та верстати матеріали. Орієнтуючись на реципієнтів, дизайнери використовують графічні елементи, які впадають в око та можуть зацікавити.

Дизайн асимілює вербальні ідеї та надає їм наочності, пише О. Ситник, трансформуючи їх у доступні для розуміння знаки та форми. Якість цих виражень якраз і залежить від форми, вибраної для передачі інформації [142]. На наш погляд, студент-дизайнер видання працює, насамперед, щоб сформувати привабливу для читача форму. Усі графічні елементи повинні привернути увагу до певної інформації. Зовнішній вигляд газети інколи допомагає реципієнту прогнозувати якість текстових матеріалів.

Усі елементи композиційно-графічної моделі видання повинні бути в гармонії. Деякі дизайнери схильні перенасичувати шпальти видання інфографікою та ілюстраціями. Також видавці стежать, щоб усі використані графічні елементи виконували свою функцію, не допускаючи появи зайвої графіки. Та все ж її використовують в студентських періодичних виданнях, наші дослідження показують, що у деяких з них перенасичення графічними матеріалами – звичне явище. Методом спроб і помилок дизайнери студентської преси виробляють у собі відчуття візуальної грамотності. Цього досягають шляхом вивчення норм і правил газетно-журнального макетування та накопиченням досвіду.

Оскільки одна з найважливіших характеристик видання – його цільове призначення, то всі елементи цілісного образу можуть накопичувати смаки, уподобання, переконання читацької аудиторії. Водночас вони впливають на реципієнтів і спонукають їх до розвитку та змін. Художньо-технічне оформлення друкованих студентських видань орієнтоване на читацьку аудиторію, а з огляду на те, що графічну модель в більшості випадків створюють самі студенти, то вони намагаються зробити те, що сподобається їхнім товаришам.

В образі видання можна виділити два взаємозумовлені плани – смисловий і візуальний. Як стверджує Т. Крайнікова, спочатку читач сприймає візуальний план видання, а потім заглиблюється у смисловий. Адже загальновідомо, що в публікації увагу привертають насамперед

ілюстрації, заголовки, які виокремлені більшими кеглями, відмінними гарнітурами чи кольорами [79].

Без сумнівів, будь-який макет – це завжди компроміс між формою і змістом. Але ми вважаємо, що саме в студентській періодиці форма може влучно підсилювати зміст опублікованого матеріалу.

На думку А. Ворони, у дизайні періодичного видання треба використовувати велику кількість елементів оригінальної верстки, але також варто пам'ятати, що інформаційний складник газети чи журналу має бути на першому місці. Формування художньо-технічної моделі видання має системний характер [20]. Така модель створюється на основі багатьох чинників, які в сукупності дають уявлення про те, яким повинен бути дизайн студентського періодичного видання.

Графічний вигляд – результат впливу формотворчих чинників. Із процесу формотворення газет зрозуміло: чому саме видання або група видань має певну вибудову; що зумовлює перевагу деяких конструкцій та стилів; вплив яких чинників найпомітніший [34]. Також на розвиток дизайну газетно-журнальних матеріалів відчутно впливає наявність конкуренції та розширення ринку періодичної преси [79]. Художні елементи студентських періодичних видань не тільки взаємозалежні із самим текстом, а й співвідносяться з естетикою часу та потребами читача. Виділення груп елементів оформлення ґрунтується на поділі їх за ступенем складності на декілька рівнів.

Художньо-технічне оформлення, як відомо, починається зі створення проекту, який згодом перетворюється на оригінал-макет. Засобами художнього оформлення, зазначає А. Переверзева, є зображення та декоративні елементи, засобами технічного – шрифтові елементи, візуальне оздоблення структурної організації видання [123]. Щоб гарнітури і кеглі шрифтів гармонійно поєднувалися і відображали ієрархію видання, студенти складають робочий зміст, тобто повний список заголовків усіх рівнів, що послідовно розкриває побудову. Р. Вербовий переконаний, що у газетно-

журнальних виданнях для кожного матеріалу, який має врізи, лід, резюме, коментар, інші додаткові тексти, слід передбачити правильне співвідношення накреслень шрифтів [15].

Більшість сучасних газет, як стверджує І. Любушкіна, мають блокову структуру, але наявність в їхній архітектоніці декоративних елементів утворює вертикальний або горизонтальний ритм на сторінці. Вертикальний найчастіше виникає завдяки лінійкам та рамкам, що відокремлюють бічний блок. Також застосовуються фігурні або подвійні лінійки, підкреслення лінією, крапками, виділення лише шрифтом та фігурними елементами [94]. Дослідники відзначають зменшення декоративності у всіх періодичних виданнях, проте нам варто зазначити, що це не стосується більшості студентських газет. Всі елементи діють як формотворні – синтезуючись, творять образ видання.

Вважаємо, що з огляду на тип студентської газети, визначається насиченість сторінок декоративними елементами та їхніми різновидами. Існують видання, в яких художньо-технічні деталі майже не використовуються, а функції відокремлення та виділення виконують пробільні елементи.

Цілісне сприйняття періодики, впевнена Е. Карамашева, змушує бачити всі знакові, орнаментальні та образотворчі елементи не ізольовано, а в певному зв'язку, в системі композиційно-просторових, смислових і функціональних відносин із самою газетою, яка має власну, змінювану впродовж століть «архітектуру» [60].

Дослідниця Т. Крайнікова згрупувала елементи художньо-технічного оформлення. Графічно-зображальні особливості: шрифти; орнаменти; ілюстративний матеріал. Композиційно-просторові особливості: загальна оцінка композиції видання; оформлення титульних аркушів, шмуцтитулів, фронтисписів, накат; просторово-композиційне розташування шрифтових і зображальних елементів, їхній масштаб; обсяг видання; формат видання; створення шаблону видання. Поліграфічні особливості (спосіб друкування;

тип основного паперу; інші витратні матеріали; скріплення блока; застосування способів поліграфічного оздоблення; колірність видання) [79].

Використовуючи групування елементів художньо-технічного оформлення Т. Крайнікової, ми охарактеризуємо графічно-зображальні, композиційно-просторові та поліграфічні (матеріально-технічні) особливості сучасних студентських періодичних видань.

Вивчені нами матеріали свідчать, що шрифти використані різноманітні, хоча є багато рублених шрифтів без засічок. Щодо орнаментів, то кінцівок та заставок немає, рамки у студентських періодичних виданнях застосовують не часто, ними користуються для того, щоби виокремити назви рубрик чи назви статей номеру на титульній сторінці. Лінійки заверстані лише як функціональний елемент – колонлінійки для того, аби вказати номер видання, дату, рубрики, які розташовані на сторінці, а також нерідко біля колонлінійок розміщені колонцифри.

Ілюстративного матеріалу різних стилів та жанрів, ми вважаємо, в більшості студентських газет та журналів дуже багато. Звичайно, такі зображення тісно пов'язані з опублікованим текстом та підсилюють його. Трапляються видання, де самих ілюстрацій може бути більше, ніж тексту.

Щодо композиційно-просторових особливостей, то студентські видання яскраві. Зазвичай це проявляється в розташуванні шрифтових і зображальних елементів (ілюстрацій, фотографій), яких в газетах багато, іноді вони можуть бути надмірно великими, та все ж, в більшості випадків вони опрацьовані і подані цікаво. Наші дослідження показали, що формати найрізноманітніші; обсяги видань також неоднакові – різні випуски однієї і тієї ж газети, як правило, мають різну кількість сторінок. Якщо говорити про технічні особливості (розміри берегів, спусків, верстання тексту), то ці елементи не завжди заверстані згідно правил, особливо в періодиці, яку видають студенти технічних чи природничих спеціальностей. Студенти, які у майбутньому будуть фахівцями у цьому, теж роблять немало помилок, виправдати які можна лише тим, що вони на практиці вивчають теорію.

Як нам відомо, матеріально-технічні особливості залежать від фінансування видання. Якщо є кошти, то газету випускають на якісному папері. Це ж можна сказати і про колірність видання, хоча це практично не впливає на якість наповнення.

Впевнені, що основне завдання при оформленні газет полягає в умілому розміщенню матеріалів на шпальті, виокремленні головного. Одним із засобів втілення оформлювального засобу, що робить матеріал помітнішим, як стверджує Д. Легеза, є виразна ілюстрація матеріалу. Розміщення інформації (тексту або фото) завжди залежить від композиції газетної шпальти [87]. У сучасній студентській пресі, на наш погляд, ілюстративні компоненти мають не менше значення, ніж текстові, тож перед дизайнером постає завдання не як вибрати ілюстрації до матеріалу, а як правильно поєднати їх з текстом, узгодити, зважаючи на зміст, види і жанри, розміри та обсяги, розташування в площині сторінки, кольори, поєднання з декоративними елементами, лінійками тощо. Але, зважаючи на те, що видання – студентські, нам варто сказати, що не всі дизайнери таких газет читають тексти статей, які верстають і поєднують з зображальними матеріалами. Дуже часто редакторам студентських видань треба їх уважно редагувати і коригувати.

Художнє оформлення газет відіграє велику роль у сприйнятті публікацій реципієнтами, вихованні естетичного смаку. Ю. Данекіна пише, що специфіка та функції декоративних елементів полягають не тільки в наданні елементам газети потрібних акцентів, виділенні, відокремленні матеріалів, а й у систематизації самих архітектонічних елементів, їхніх комплексів. Вони повинні гармонійно співіснувати одні з одними [33].

Під час дослідження ми помітили, що студенти-дизайнери періодичних видань найбільше уваги приділяють ілюструванню. Воно належить до низки заходів внутрішнього оформлення, прийомів, які слугують для того, щоб затримати увагу читача на найважливіших місцях тексту. Ілюстрації формують певне ставлення до ще не прочитаного тексту, налаштовують на

потрібне сприйняття, пояснюють, доповнюють, розкривають глибину тексту. Їхнє призначення – допомогти усвідомити те, що сказано в тексті, висвітлити та зробити його зміст зрозумілим і наочним. Як вважає В. Іванов, важливу роль у цьому відіграють якісні характеристики зображень, а саме: цілісність та ємність, спроможність передавати найточніші деталі предметів та явищ, можливість одночасної передачі явищ і предметів, розпорошених у просторі й часі [9; 58].

Ілюстрації до матеріалу оцінюються щодо відповідності змісту і формальних ознак: кольору, композиції, техніки виконання. Лише завдяки нерозривній єдності форми і змісту, як стверджує Л. Бурківська, газетна ілюстрація впливає на читача переконливо й емоційно [9; 120].

Дослідники поділяють ілюстрації на два основні види: художньо-образні (перекладають для реципієнтів вербальні образи повідомлення на візуальні, призначені для дублювання змісту тексту) та науково-пізнавальні (передають реципієнтам ті візуальні образи, які принципово неможливо створити й передати вербальними засобами). За ступенем абстрагування ці види ілюстрацій поділяють ще на такі типи: реально-предметні (фотографії, малюнки з натури), умовно-предметні (креслення, схеми, карти) та абстрактні (графіки, діаграми тощо) [9; 120]. У більшості студентських видань, на нашу думку, художньо-технічне оформлення дуже яскраве і нестандартне, навіть якщо газети двоколірні, студенти знаходять можливість підверстати певні графічні елементи (у тому числі велику кількість різних ілюстрацій), які привертають увагу. Підліткова преса перенасичена графічними елементами, такими ж виглядають і деякі видання студентів.

Безперечно, незвична лексика, креативність та відвертість текстів спонукають студентів-видавців до доповнення цих мовностилістичних особливостей, які притаманні лише їхній періодиці, художньо-технічним оформленням, яке іноді таке ж епатажне, як і опублікований текст.

Ми пропонуємо поділяти видання за насиченістю художньо-графічними елементами та якістю поліграфічного виконання, з огляду на це, виокремлюємо декілька груп таких видань (див. дод. Г.1):

– надмірно яскраві, повністю багатоколірні видання (іноді вони виглядають як глянцеві журнали), у яких міститься велика кількість реклами. Зазвичай це незалежні видання, які видають немалими накладками, здебільшого розповсюджуються не безкоштовно, але також це можуть бути і газети чи журнали студентських організацій. До прикладу можна назвати журнал «Студент +», «Ять» та інші.

– частково багатоколірні або двоколірні, на якісному папері з цікавими графічними елементами та ілюстраціями – офіційні видання вищих навчальних закладів, видання студентських організацій, неофіційні видання вищих навчальних закладів. Наклади суттєво менші, аніж попередньої групи. До них можна віднести газети «Сова», «Галас», «Studpuls», «Я, студент».

– двоколірні видання – у більшості випадків це неофіційна періодика вищих навчальних закладів. Такі газети видають студенти за свої кошти. Попри не дуже якісний друк та невелику кількість сторінок, у деяких з них наявні креативні художньо-технічні елементи. Здебільшого видавці навчаються на технічних та природничих спеціальностях, проте бувають і винятки. До таких видань належать «Тіко такь», «Students and biology» та інші.

Як нам відомо, в пресі студенти виокремлюють певні уривки статей і доповнюють публікований матеріал цікавими художньо-технічними елементами, хоча їм не завжди вдається це зробити якісно і професійно, оскільки деякі газети заверстані в непризначеному для верстання програмному забезпеченні.

Підсумовуючи проаналізоване, ми робимо висновки, що найчастіше при верстанні матеріалів допускаються такі помилки, які вказують на ознаку непрофесійності:

- недотримання правил верстки зображень;
- недотримання правил верстки текстів;

- занадто малий або різні кеглі для текстів;
- несумісність кольорів шпальти та кольорів тексту.

Дизайн та матеріально-технічне втілення – невід’ємна частина концепції періодичного студентського видання. Дуже часто художньо-технічне оформлення підсилює зміст студентських публікацій з допомогою заверстаних ілюстрацій та художніх елементів. Студенти намагаються використовувати креативні ідеї у дизайні. Часто роблять помилки, але багато з них можуть зробити якісну продукцію навіть при обмеженому фінансуванні.

## **2. 4. 2. Особливості дизайну студентських періодичних інтернет-видань**

Потрібно більше уваги приділяти дизайну, тому що інколи він стає вирішальним при рішенні студента-користувача залишитися на сайті. Новий товар друкованої продукції на полиці магазину обирають за його зовнішнім виглядом, точніше за яскравою і привабливою упаковкою. Фахівець із зарубіжного медіамаркетингу І. Кірія стверджує, що оформлення газети – це упаковка для товару. Завдяки дизайну обирають періодичне видання, але зовнішній вигляд є не лише декором чи способом зберігання текстів, але й засобом впливу на вибір покупця [62]. Вважаємо, що періодичне видання неможливо продати без упаковки. Упаковою в інтернет-виданні є перша сторінка, яка, насамперед, привертає увагу читача.

Дизайн мережевих видань, певна річ, відрізняється від художнього конструювання традиційної друкованої періодики засобами оформлення та подання матеріалів, що зумовлено і носієм інформації (комп'ютером), і пов'язаними з ним технологічними можливостями. Визначальна відмінність полягає у контрасті та специфіці фізичної і віртуальної інформаційної презентації. На думку М. Колесникової, оформлення мережевих видань, безумовно, має досконаліші форми порівняно з друкованою пресою. Основні переваги видань в інтернеті, з точки зору оформлення, полягають у можливості використання ширшого спектра елементів: сотні видів шрифтів, високоякісні кольорові ілюстрації, об'єм і кількість яких практично необмежені, можливість супроводу публікації аудіо- чи відеоілюстрацією [68].

Сучасні технічні можливості, на наш погляд, можуть допомогти студентам створити виданню свої особливі ознаки, що виділятимуть її серед інших видів медійної продукції інтернету. Дослідниця А. Сафарова стверджує, що газетна сторінка в мережі ніколи не буде виглядати як

друкована сторінка тієї ж газети, навіть якщо вона міститиме ту ж саму інформацію [139].

Дизайн сайту, зазначає Д. Кравцов, повинен однаково добре виглядати в найпопулярніших версіях інтернет-браузерів, текст має бути читабельним, обов'язкова наявність коротких та інформативних заголовків, а також лідів до статті. Вся найважливіша інформація повинна міститися у лівому верхньому куті екрана й бути доступною [77, 78]. Помилкою деяких редакцій студентських інтернет-видань, як ми вважаємо, є важка читабельність текстів через неправильно підібрані кольори, також не вся інформація локалізована. Але в більшості дотримано всіх правил завантаження контенту.

Відомо, що важливими є стислість і максимальна інформативність тексту, оскільки важко читати великий текст із екрана. Наше дослідження показало, що титульні сторінки студентських сайтів не дуже великі за обсягом і це зручно, адже не всі користувачі інтернету мають високошвидкісні канали доступу. Не використовують також маловідомі програми-доповнення на титульній сторінці тому, що перед повноцінним переглядом цієї сторінки більшості користувачів довелося б завантажувати це доповнення.

Поняття «дизайн електронної газети» можна інтерпретувати як проектування структури мережевого видання, відзначене оригінальністю застосування кольорових і технічних рішень, що забезпечує естетичне сприйняття й зручність користування. І. Шохін диференціює три види дизайну електронних газет: принциповий дизайн, змішаний та довільний [190].

Підсумовуючи вивчене, можемо сказати, що студентських видань, які могли б собі дозволити видавати друковану періодику і дублювати її на сайті не так багато, в більшості випадків студенти створюють інтернет-видання (сайти), у яких публікують потрібну та цікаву їм інформацію. Але є такі, які мають можливість створювати і друковану версію, і користуватися мережею.

Принциповий дизайн використовують у виданнях, де інтернет-версія з абсолютною точністю відтворює дизайн друкованого продукту. Ми знаємо,

що багато студентських періодичних видань завантажують в архів сайтів у форматах, в яких можна переглянути точні копії друкованих варіантів (це може бути електронне видання, тобто формат pdf та ін.).

У змішаному дизайні інтернет-версія створена заново з урахуванням використання специфічних можливостей тих засобів, за допомогою яких читач буде отримувати і проглядати це видання. Однак, навіть у видозміненому вигляді графічний дизайн включає в себе певні частини друкованого видання. Для студентських газет, як правило, це такі елементи, як логотип і оформлення рубрик, а також кольорова гама.

Довільний дизайн – це дизайн, у якому інтернет-версія за своїм оформленням принципово відрізняється від друкованого видання. Такий різновид дизайну не популярний серед студентських інтернет-видань, навряд чи його би використовували, адже навіть, якщо використовуються тільки окремі елементи, це зроблено для впізнаваності періодичних видань.

На думку М. Герасименко, сайт газети побудований на основі табличного дизайну. Також виокремлено дві схеми оформлення інтернет-сторінки за ознакою розташування навігаційного блоку: табличний дизайн із набором гіперпосилань, розміщених зліва (класичний); табличний дизайн із набором гіперпосилань, розміщених справа [26]. Дослідження показали, що окрім вищеписаних схем у студентських інтернет-виданнях використовується схема, в якій набір гіперпосилань розташований зверху.

Давно відомо, що людина краще запам'ятовує візуальну інформацію, ніж текст, тому творці сайтів майже завжди дбають про те, щоб тексти не зливалися з фоном сторінки, і щоб були читабельними. Для акцентування уваги та виділення важливого тексту використовуються ілюстрації та фотографії, також графічні елементи, як ми побачили, лише на сайті студентів-біологів були анімаційні елементи, але тепер він неактивний.

На наш погляд, для того, щоб інтернет-видання було конкурентоспроможним, окрім контенту, воно повинне бути впізнаваним. Для цього треба використати цікаві колірні рішення, вдале шрифтове

оформлення, графічні елементи, анімацію, потрібно, щоби було вичерпне інформаційне наповнення, яке доступне і читабельне. Саме це допомагає створити унікальний зовнішній вигляд, який виокремлює інтернет-газету. На багатьох студентських сайтах використовують елементи дизайну, щоб акцентувати увагу читача на важливих розділах. Також завантажують рекламу у вигляді банерів та оголошень, вона – частина інтерфейсу. Але все залежить від того де і ким був створений сайт, а також чи спонсорували його юридичні чи фізичні особи.

Що стосується шрифтів, В. Волкова пише, що при їхньому виборі для вербальної інформації варто зважати на таке: прописні букви сприймаються важче, ніж рядкові; читабельніші цифри, утворені прямими лініями [19]. Як ми знаємо, насправді майже у всіх інтернет-виданнях студенти використовують рублені шрифти. Для того, щоб виокремити якусь інформацію в тексті користуються курсивним або півжирним накресленням.

Графічні компоненти, як відомо, прикрашають веб-сторінку, роблять її приємною для перегляду і цікавою. Звичайно, що на студентських сайтах використовують усі графічні елементи для урізноманітнення дизайну. На думку С. Бердишева, є такі типи: власне графічні файли – статичні та анімовані, написи або тільки зображення, які потрібно використовувати помірно, щоб не обтяжувати сторінку великою кількістю; звичайні заголовки, тривимірні заголовки; фонові малюнки, що утворюють базовий елемент теми сторінки; іноді доцільно застосовувати замість фонового малюнка фонову заливку, що зручніше, оскільки сторінка завантажується швидше; кнопки, які є частиною навігації; горизонтальні смуги-роздільники можуть гарно виглядати при заданні їм правильної довжини, ширини, кольору і локалізації [6].

У традиційній газеті колористика часто обмежена, в інтернеті таких проблем немає. При виборі кольорової палітри важлива не кількість кольорів, а їхнє розташування відносно один одного. Кольорова схема, стверджує

О. Колісник, має повторюватися, незалежно від переходу на інші сторінки видання: це створить у відвідувача відчуття єдності дизайну [69].

На основі аналізів дослідження впливу кольорового оформлення сайтів М. Яковенко зробив такі висновки: воно не впливає на самопочуття, активність та настрій користувачів інтернету; також не впливає на лабільність нервової системи та силу нервових процесів; враховуючи, що існує індивідуальна динаміка показників впливу кольорового оформлення сайтів на психофізіологічний стан користувачів, необхідно врахувати це в подальшому дослідженні для розробки типології користувачів інтернету [192]. На нашу думку, важко погодитися з такими твердженнями, адже на ставлення до дизайну, зокрема до кольорової гамми можуть впливати не тільки особисті уподобання кожного з реципієнтів, але і тлумачення кольорів у культурі. Будь-який шрифт, будь-яка форма та колір має свою тональність, настрої.

Якщо ми довіряємо своєму зору в 90% випадків у реальному світі, то наша залежність від очей в світі віртуальному зростає до 99,99%. Сукупність кольорів, які є на сторінці ресурсу, називають кольоровою гамою. С. Бердишев пише, що від ретельності підбору кольорів залежить: сприйняття сайту в цілому (коротка характеристика з першого погляду); психологічний і фізіологічний стан реципієнта, а також його настрої; читабельність інформації; форма об'єктів і видимість дрібних деталей [6]. Вважаємо, що інтернет-газети для студентів мали б з першого погляду створювати враження динамічності, яскравості, попри ефектний дизайн, тексти повинні бути читабельними. Але не всі засновники сайтів користуються цими правилами.

З огляду на те, що інтенсивні кольори притягують візуальну увагу, чим більший розмір яскравої області тим сильніше це тяжіння. Занадто багато яскравих кольорів притягують погляд у різних напрямках, і техніка втрачає свою силу. Не варто використовувати занадто багато різних кольорів,

оскільки це може погіршувати сприйняття сторінки. Також не треба завантажувати фотографії поряд з інтенсивними кольорами.

Внаслідок дослідження ми встановили, що при переході на різні розділи дизайн уніфікований на усіх сайтах. У студентських виданнях в інтернеті є різноманітні гами та поєднання кольорів: є сайти з насиченими кольорами, по оформленні яких видно, що редакція не боялась експериментувати, і є також в гамі одного кольору, які виглядають надмірно стримано та нецікаво (див. дод. Г.2). В деяких інтернет-газетах студенти використовують багато яскравих барв, а також темні кольори у дизайні чи навіть для фону текстів, що погіршує сприйняття сторінки і читабельність завантаженої інформації. Варто залишати білий фон, оскільки білий – найкращий для тексту, або ж вибирати дуже легко забарвлений фон для зручності під час читання. Різні кольори можна використовувати для фону сайту, або ж обирати ненав'язливі барви з графічними об'єктами.

Зауважмо, що відвідувач, навіть випадково потрапивши на сайт, повинен звернути увагу на цей веб-ресурс і згодом впізнавати оригінальний стиль. Чималу роль відіграє правильний та гармонійний підбір кольорів при створенні видання в інтернеті. В студентських інтернет-газетах використано один-два, максимум три домінуючих кольори і декілька додаткових для допоміжних цілей, зокрема, акцентування уваги. У більшості випадків колірна схема достатньо контрастна, але трапляються сайти, де дизайн створений в одній кольоровій гамі, через що виглядає непримітним і не запам'ятовується. Студентські інтернет-видання швидко відкриваються, оскільки використано не дуже креативні оформлення і вони не переобтяжені електронними спецефектами. Такі важливі елементи, як розмір, форма, текстура і шрифт текстів теж мають вплив на цілісну картину візуального сприйняття.

Підсумовуючи розглянуте нами, варто сказати, що загалом деякі сайти яскраві, але є і такі, які практично не відрізняються зовнішнім виглядом від інших. Елементи дизайну допомагають відвідувачу орієнтуватися в інтернет-

газеті та отримувати максимальну користь від неї, але також в багатьох випадках розсіюють увагу та унеможливають швидкий пошук.

Під час аналізу нам вдалося визначити основні помилки, які роблять студенти, створюючи періодику в інтернеті (див. дод. Г.2):

- у багатьох виданнях використано нейтральний дизайн зі стандартними кольорами і візуальним оформленням;
- в деяких випадках текст, графіка та фон з подібною насиченістю кольорів;
- використано занадто темні фони для текстів публікацій.

Роблячи ці помилки, як ми вважаємо, студентська редакція ризикує тим, що їхнє видання не буде впізнаваним і не буде відрізнятися від інших.

Дизайн періодичного інтернет-видання – це своєрідна упаковка, оскільки саме він може затримати студента і зацікавити його до прочитання опублікованих матеріалів. Важливими залишаються кольори та їхнє поєднання, фон, читабельність тексту, графічні елементи, а також їхнє поєднання з завантаженими ілюстраціями та фотографіями. Звичайно, в дизайні інтернет-періодики у студентських редакціях не завжди дотримуються правил і роблять помилки, використовуючи елементи та кольорові гами, які не виокремлюють їх серед інших подібних сайтів.

## Висновки до розділу

У сучасних умовах студентська періодика розвивається завдяки науково-технічному прогресу, зокрема це стосується і редакційно-видавничого процесу. Проаналізувавши студентську періодику, ми зробили висновки щодо сучасного стану, створили класифікацію, описали особливості структури, мовної стилістики а також художньо-технічного оформлення.

Досліджуючи студентські видання, типологію створили К. Розанов, К. Сірінюк-Долгарьова, І. Братина, О. Зенкіна. Кожна зі створених типологій не повністю описує всі особливості функціонування студентських видань, а у державних стандартах про такі видання не згадується.

Студентські періодичні видання ми пропонуємо поділяти на друковані (газети, журнали) та видання в мережі (інтернет-видання (сайти), електронні періодичні видання формату pdf та інших форматів) (див. рис. 2). Електронні видання це копії друкованих, тому на підставі цього ми у своєму дослідженні розглядали та детально проаналізували інтернет-видання. Оскільки студентська преса має свої особливості, нами була запропонована класифікація друкованих газет та журналів (див. рис. 7):

- офіційні видання вищих навчальних закладів;
- неофіційні видання ВНЗ;
- незалежні видання;
- видання студентських організацій;
- стінгазети.

Як відомо, є багато переваг та недоліків у друкованій та інтернет-періодиці, та все ж переваг періодики в мережі більше, тому студенти останніми роками її активно використовують. Інтернет-видання ми класифікували (див. рис. 8) так:

- офіційні сайти ВНЗ;
- неофіційні сайти ВНЗ;
- інтернет-газети студентських організацій;
- незалежні інтернет-газети.

Вивчивши студентську періодику, ми поділили її за типом фінансування (див. рис. 9) (бюджетні, за благодійні спонсорські вклади та гранти, з комбінованим фінансуванням), за розповсюдженням (див. рис. 10) (обласні, міські, ВНЗівські, факультетські) та за періодичністю (див. рис. 11) (щотижневі, двотижневі, щомісячні, продовжувані).

Структура періодичних видань є важливою і студенти намагаються дотримуватися загальноприйнятих правил. При випуску друкованого періодичного видання, як ми визначили, вони використовують створену ними композицію видання, та все ж роблять помилки, не завжди дотримуючись правил, що ускладнює читання. Структура студентських інтернет-видань мало чим відрізняються від інших сайтів, але якщо авторами є самі студенти, то вона не завжди зручна для користувачів. Серед недоліків деяких сайтів – низька мультимедійність та інтерактивність. Хоча такі видання допомагають студентам у навчанні та надають більше можливостей, ніж друковані.

Дослідивши стан мовностилістичних особливостей сучасної студентської періодици, ми зробили висновки, що вони надмірно емоційні та динамічні, студентами-журналістами активно використовується сленг. Публіцистика відверта, водночас особливості подання матеріалів у публікаціях дуже відрізняються від «дорослих» видань. Це якраз те, що могло б змінити звичайну періодику, але публікація суб'єктивних думок не вважаються правильними та об'єктивними. У текстах використовуються варваризми як засіб гострого сарказму та висміювання носіїв суржика. Багато дослідників цієї проблеми пропонують контролювати процес створення і використання сленгу у ЗМІ, але через відсутність ідеології та контролю цей процес стихійний. На нашу думку, варто дати студентам можливість

висловлюватися в їхніх газетах так, як хочуть, адже все одно після закінчення навчання у вищому закладі освіти вони не будуть використовувати субмову, яка популярна серед студентів, і ті, які прагнуть стати успішними, усвідомлюють це.

Дизайн друкованих та інтернет-видань варто розглядати окремо. Серед друкованих студентських видань трапляється преса з різноманітним матеріально-технічним втіленням та дизайном. Ми поділили студентські видання за насиченістю, художньо-графічними елементами та якістю поліграфічного виконання, виокремивши три групи таких видань:

- надмірно яскраві, повністю багатоколірні, з великою кількістю ілюстрацій;
- частково багатоколірні або чорно-білі, на якісному папері з цікавими графічними елементами та ілюстраціями;
- чорно-білі видання, у деяких з них наявні креативні художньо-технічні особливості.

В усіх газетах, на наш погляд, видавці намагаються створити цікаве художньо-технічне оформлення, хоча це не завжди вдається зробити якісно та професійно, оскільки деякі з них заверстані у непризначеному для верстання програмному забезпеченні. Матеріально-технічне втілення залежить від фінансування, але при цьому, студенти роблять цікавий дизайн. Звичайно, трапляються помилки, але ми вважаємо, що причиною цього є те, що студенти тільки вчаться.

Дизайн інтернет-видань не менш важливий, ніж у друкованих, адже саме від нього залежить, чи буде сайт впізнаваним, і чи зацікавить користувачів. Внаслідок нашого дослідження, ми зробили висновки, що попри технічні можливості трапляються такі помилки: на багатьох сайтах використано нейтральний дизайн зі стандартними кольорами і звичайним візуальним оформленням; текст, графіка та фон з подібною насиченістю кольорів; використано занадто темні фони. Також іноді невдало поєднано

дизайнерські елементи, через кольори текст може бути нечитабельним, а від цього теж залежить зручність користування та естетичність.

Стан сучасної студентської періодики вказує на те, що вона, маючи притаманні тільки їй особливості та риси, знаходиться в процесі розвитку. За декілька років утворилося та продовжує збільшуватися кількість видань, що розміщені в інтернеті. З'явилися нові принципи та можливості роботи над студентською пресою. Поки що не можемо говорити про суттєві зміни у масиві цієї періодики, але завдяки такому розвитку уже з'явилися нові особливості, які притаманні лише їй.

### **3. Основні проблеми сучасної студентської періодики та шляхи їхніх вирішень**

#### **3.1. Взаємозалежність тематики опублікованих статей і проблеми читання**

Вміння читати завжди було однією з важливих характеристик розвитку суспільства. Давно відомо – саме від того, чи читає молодь, залежить майбутній інтелектуальний і економічний потенціал суспільства. Ще Д. Дідро казав, що люди перестають мислити, коли перестають читати [80]. На думку Л. Скокової, сучасні процеси комп'ютеризації, поява цифрових носіїв друкованого слова, нові можливості організації й сприйняття текстів та доступу до них змінюють способи читання, можливо навіть і способи мислення [144].

Читання певним чином може впливати на внутрішній стан людини. Вплив творів певної жанрової групи, стверджує Л. Завгородня, має різну кінцеву мету – викликати естетичну реакцію, формувати суспільну думку, переконувати в правильності висунутої гіпотези, слухності вирішення проблеми. З огляду на це, неоднаковими будуть ступінь активності читачів творів кожної із зазначених груп, їхня роль у творенні смислу повідомлення [49].

У періодичних виданнях студенти використовують інформаційні, аналітичні та публіцистичні жанрові єдності, об'єднані спільними ознаками [106]. Результати наших досліджень вказують на те, що з інформаційних жанрів публікують замітки, звіти, репортажі, інтерв'ю; аналітичних – кореспонденції, статті, рецензії та огляди. Публіцистичні жанри теж активно використовують у студентській публіцистиці, а саме – замальовки, нариси, фейлетони, памфлети.

Студентська періодика переважно неформальна, тому важливо знати що саме думають про неї студенти. Для цього нами було організовано дослідження (опитано 340 студентів зі стаціонарної форми навчання з I по V курс різних закладів освіти – Львівського національного аграрного університету, Львівського національного університету імені Івана Франка, Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, Української академії друкарства). Опитування відбулося за допомогою анкетування груп за місцем навчання. Джерела інформації були різними: і експертні (студенти-видавці<sup>64</sup>), і масові (студенти-читачі<sup>65</sup>). Під час дослідження нам довелося також використовувати інтернет (соціальні мережі, форуми).

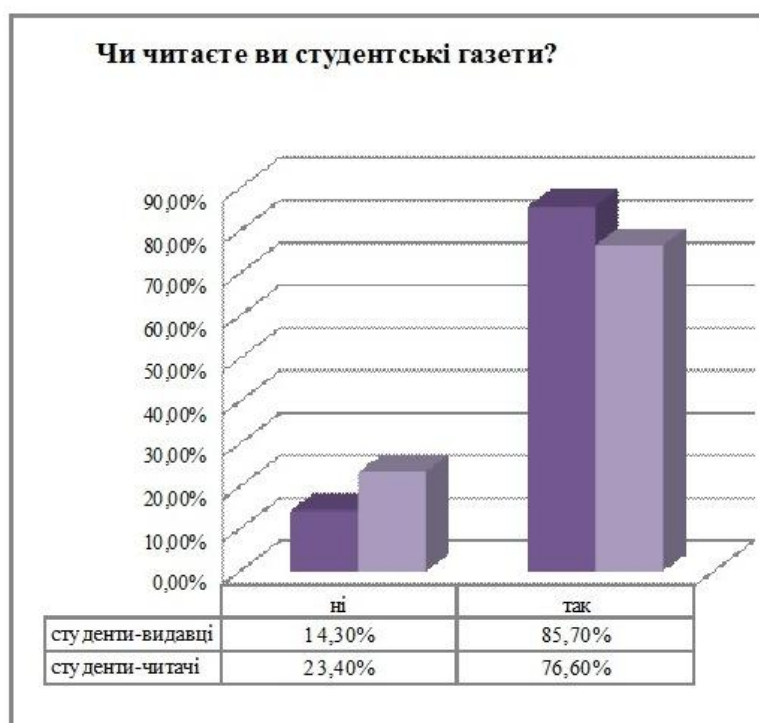


Рис. 12

Слід сказати, що студенти відповіли на багато запитань, зокрема на питання «Чи читаєте ви студентську періодику?» і «Про що хотіли б почитати?» (див. рис. 12, 13). Тоді як перше питання трохи незвичне; друге –

<sup>64</sup> Студенти-видавці – студенти гуманітарних та інших спеціальностей, які видавали газети.

<sup>65</sup> Студенти-читачі – студенти, які не видавали періодику, читачами їх усіх також названо умовно, оскільки не всі з цієї групи її читали.

допоможе зрозуміти, які саме матеріали потрібно публікувати, щоб зацікавити студентів.

При аналізі результатів нами з'ясувалося, що навіть ті студенти, які брали участь у виданні періодики, не завжди ознайомлюються з опрацьованими матеріалами (а це 14,3 % студентів-видавців зі 100 %). Зазвичай це дизайнери, технічні редактори, які не читають тексти публікацій. Тому літературним редакторам треба бути уважними при редагуванні та коригуванні верстки, а також переглядати фотоматеріали та фотопідписи. Серед студентів-читачів теж є такі, яких ця періодика не цікавить – це 23,4 % опитаних.

Звичайно, у дослідженні можлива похибка, та все ж з отриманих даних можна зробити деякі висновки. Результати опитування вказують на те, що більшість студентів читає періодичні видання, які видають саме для них, що свідчить про те, що їм подобаються публікації.

В інтерв'ю С. Корнієнко з голландськими студентами-видавцями в 2006 р., теж порушено цю проблему. Йшлося про те, що студенти не читають, або читають вибірково і вважають, що журнал публікує дуже великі статті. Голландських студентів, зацікавлених в опублікованих матеріалах достатньо, але їх не дуже багато, при цьому не брали до уваги тих, хто навчається на гуманітарних факультетах [73].

У багатьох українських офіційних періодичних видань, як нам відомо, така ж проблема, оскільки вони публікують завеликі матеріали і студенти не хочуть їх перечитувати – просто переглядають фотографії і текст. Тому для того, щоб справді зацікавити сучасних студентів читанням статей якогось видання, потрібно не просто знайти особливості для привертання уваги, але і цікаво їх подавати. Хоча, як показує практика, студенти хотіли б максимум інформації в мінімумі опублікованого тексту. Напевно, тільки тоді з'явиться бажання читати у тих, хто не хоче. Подібні проблеми рідко коли виникають у неофіційних чи незалежних видань, у яких студенти самі залюбки стають дописувачами.

Бажання читати студентську періодику, ми вважаємо, залежить від матеріалів, які у ній публікують. Відповіді на запитання «Про що хотіли б почитати?» у читачів та видавців майже не відрізняються. Студентів-читачів найбільше цікавить усе, що відбувається у навчальному закладі – 38,7 %; про активних студентів та цікавих викладачів – 24,4 %; журналістські розслідування – 25 %; щось з інтернету – 9 % (див. рис. 13). Вони також запропонували свої варіанти відповідей (2,9 %): про гуртожитки, про цікаві речі, новини міста і вишу, фестивалі, непересічні події, концерти, гумор.

Студенти, які мали справу з виданням газет, відповіли так: про все, що відбувається у вищому закладі освіти – 25,5 %, про активних студентів та цікавих викладачів – 27,5 %, журналістські розслідування – 25,5 %, щось з інтернету – 8,8 %. Видавці в описі свого бачення тем були багатослівнішими (12,7 %), вони хотіли б побачити в періодиці для студентів таку інформацію: як зекономити, як заробити, куди піти, студентські плітки, життя в гуртожитку, всяка не нудна всячина, «+» цікавості та «-» цензури, новинки техніки, інформація змін в освіті, що відбувається в інших університетах, щось цікаве, інтимне, скандальне, всілякі рейтинги викладачів і студентів, конкурси краси, щоб на сторінках газети було побільше студентів і викладачів (але не в форматі офіційної періодици навчального закладу), дотепна інформація, студентські програми та заходи, інтерв'ю з цікавими особистостями (студентами, викладачами, знайомими знайомих), небанальні та ретельно підібрані психологічні поради, корисна аналітика. Також дуже часто наголошували на тому, що про активних студентів та цікавих викладачів хотіли б почитати, але щоб було написано без пафосу і фанатизму, і якщо інформація з інтернету, то це має бути щось дуже цікаве.

Також була одна негативна реакція на запропонований варіант відповіді «щось з інтернету», хоча всім відомо, що студенти дуже часто використовують матеріали з мережі і практично в кожній газеті та журналі можна знайти звідти інформацію. Скоріше за все, на наш погляд, так роблять через відсутність часу на написання статті, а можливо і небажання писати

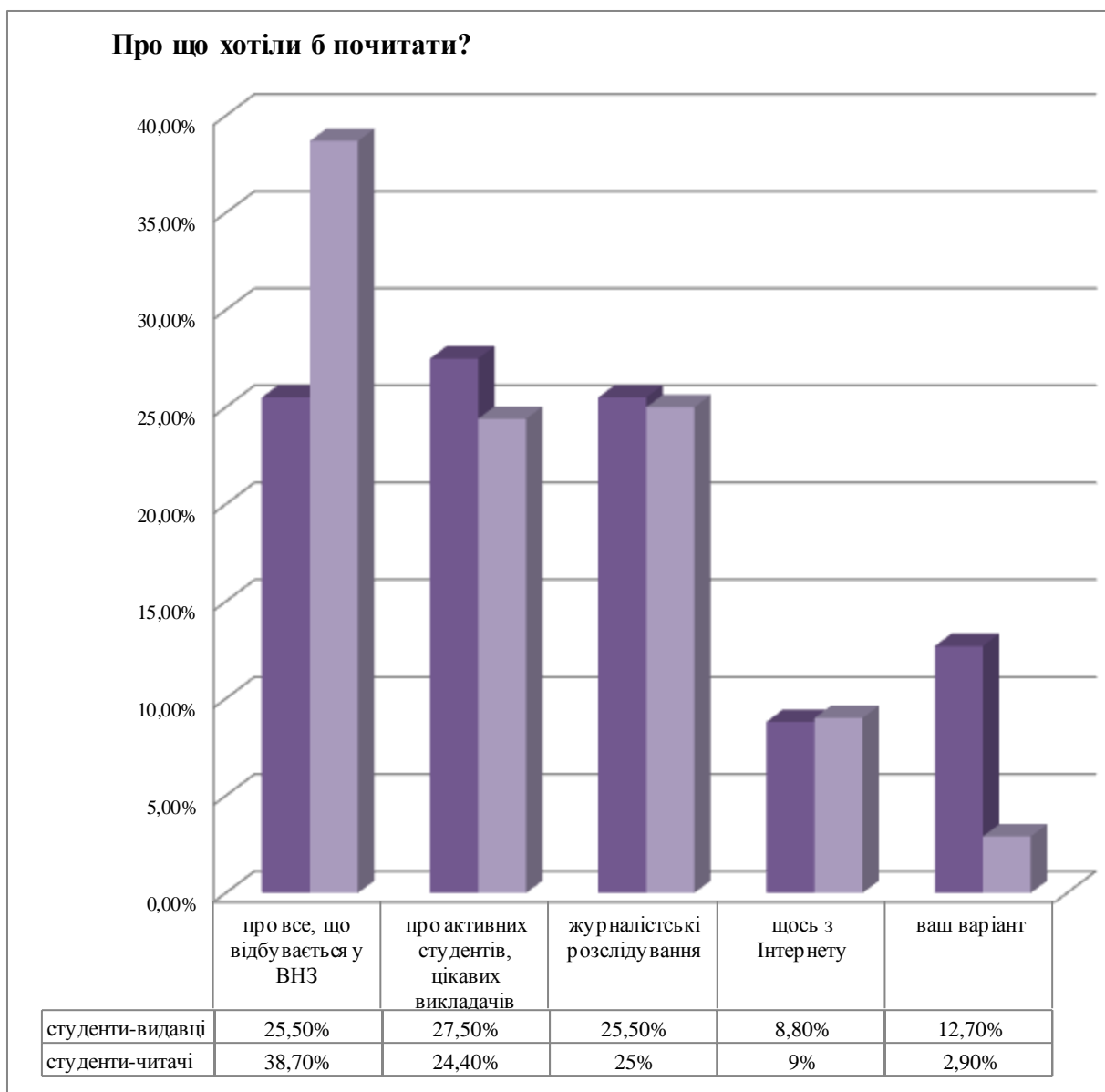


Рис. 13

публікацію, та студенти не часто зважають на те, що це ознака непрофесійності.

Тематика сучасних молодіжних видань, як стверджує К. Розанов, значно відрізняється від тематичного наповнення періодики «дорослої» і «дитячої»<sup>66</sup>: молодіжним газетам і журналам частіше доводиться дивувати своїх читачів чимось новим, несподіваним, сенсаційним [133].

Зазначимо, що особливе місце в цих виданнях займають теми, певним чином присвячені студентському життю. Журналісти пишуть про проблеми, які хвилюють їхніх однокурсників, дають поради, які допомагають вирішити

<sup>66</sup> Поділу на дорослу, дитячу і молодіжну пресу немає, тому К. Розанов брав ці слова у лапки.

щоденні студентські труднощі, відповідають на питання читачів, що стосуються різних життєвих ситуацій, просять однолітків поділитися досвідом. Велика частина матеріалів про студентське життя яскрава і позитивна. Журналісти пишуть про те, як сучасні студенти відпочивають та займаються творчістю, подорожують по різних країнах і проводять час у нічних клубах, влаштовують собі свята і весело прогулюють пари.

В цьому й полягає головна відмінність між студентською і «дорослою» періодикою з точки зору К. Розанова: молодь пише про все з впевненістю в успіху, з розумінням того, що кожна проблему можна вирішити. Чи то стаття про непросте життя в студентському гуртожитку, чи про невеликі стипендії, жахливу для всіх студентів сесію, чи проблеми з військкоматом – у будь-якому матеріалі можна розставити акценти. Як відомо, можна розкрити проблему, знайти істину, вказати на винних і на цьому зупинитися – так робить більшість «дорослих» газет. Вважаємо, що багато студентів готують статті з не меншим професіоналізмом, але, окрім звичної інформації, розповідають читачам, як варто вирішувати проблему, намагаються знайти вихід зі складної ситуації. Редакції видань пробують допомагати читачам своїми публікаціями, і дуже часто у них це непогано вдається [133].

Насправді, в Україні тематика статей, опублікованих у студентських виданнях, найрізноманітніша, якщо видання не контролює меценат. Якщо контролює, то періодичне видання для студентів в більшості випадків публікує лише розважальні матеріали. Через осучаснення і поширення розважальної функції, на думку Т. Овсянникової, відбуваються зміни у змісті та тематиці публікацій [115]. Ці тенденції ми спостерігаємо в студентській періодиці: від спокійно-доброзичливого до емоційно-хвилюючого, невимушено-розкутого і навіть інколи цинічно-брутального опису обраної теми. Такі зміни можна пов'язувати з бажанням зацікавити потенційного реципієнта. Все ж про що саме писатимуть студенти, залежить від редакційної політики.

Студент-журналіст може сподіватися лише на власні сили та здібності, адже процес написання статей досить індивідуальний. Оскільки, як і письменник, він сам повинен знаходити матеріал, писати статтю (репортаж, огляд чи замітку). На думку С. Гуревича, навіть процес роботи над текстом поділяється на етапи, характерні для створення літературно-художніх творів. Але, на відміну від письменника чи художника, журналіст завжди належить до редакційного колективу [30; 31; 102].

Безперечно, коли журналіст-новачок приходить працювати у газету, його колеги, які мають більше досвіду можуть давати теми для написання статей, скеровувати на події, які відбуваються і про них варто було б написати, чи вважають, що студентам просто було б цікаво почитати про них (наприклад, виставки, фестивалі, концерти). Знаємо, що в більшості випадків студентами, які почали працювати в газеті, керують (особливо в офіційних виданнях). У редакціях переважної більшості студентських періодичних видань є людина, яка керує процесом випуску газети, звичайно всі члени редакційного колективу разом вирішують на які саме теми подаватимуть матеріали у номер.

Зазначимо, що у словниках подане визначення теми як кола життєвих явищ, подій, що становлять зміст твору літератури, образотворчого мистецтва, тощо [151, 167]. Певна річ, вибір теми може бути нічим іншим, як вибором самого об'єкта дійсності, яким цікавиться журналіст, але за умови, що цей журналіст уже досвідчений і майстер-практик, який добре знає свою справу. Якщо це новачки, то їх у більшості випадків скеровують у справі вибору чи просто дають готову тему для написання статті. На наш погляд, об'єкт журналістської діяльності – громадська думка, яка є проявом масової свідомості, існуючої проблеми чи події. Актуальна соціально-значуща інформація і є предметом журналістського пошуку.

Елементи соціальної дійсності змінюються, але практично не зникають. Тому, звично, що для журналістів це все – «постійні прив'язки», якими і виробляється журналістська модель дійсності. У кожній студентській газеті є

звичні теми. З огляду на те, що незмінним є чергування періодів здачі іспитів, відпочинку та навчання, такими ж неминучими залишаються і теми статей, опублікованих у періодиці. Повторюваність тем не просто неминуча, вона необхідна, оскільки студентство потребує висвітлення усіх подій, тобто самого життя. Тому це явище можемо розглядати як важливу закономірність журналістської діяльності.

У різні часи при різних обставинах важливість кожної із тем змінюється. Бачення актуальності називають пошуком «гарячої точки» вибраного об'єкта. На нашу думку, найбільшою помилкою початківців є відсутність власного бачення предмета чи події. У якості предмета може з'являтися багато поверхневих суджень про об'єкт загалом, а матеріал буде невизначеним. Тому варто знаходити неповторне у тому, що багато разів публікували, а ще важливіше – описувати і вказувати на це.

Також посеред найважливіших вимог до вибору теми, як зазначає Г. Лазутіна, визначальними залишаються вимоги актуальності та доцільності. Необхідність відповідності теми профілю видання і потреб аудиторії з'являється із загальніших потреб журналістики: знати і зважати на соціально-психологічні закономірності інформаційного впливу на аудиторію [86; 102].

Очевидно, що специфіка праці журналіста полягає у тому, що упродовж усієї роботи він відповідальний за надану читачу інформацію. Як відомо, завдяки вивченню читацької аудиторії, дослідники дізналися: найбільше зацікавлюють публікації, у яких описані звичайні життєві конфлікти. Зіткнення протилежних думок, поглядів [149] – це проблема публіцистичного конфлікту, яку іноді використовують студенти-журналісти.

З нашої точки зору, щоб обрати цікаву тему іноді необхідно спостерігати, іноді вивчати документи та інші джерела, іноді – спілкуватися з людьми, адже лише на основі зібраної зовнішньої інформації можна створити власну концепцію подій. Так з'явиться розуміння того, що важливо вміти оперативно реагувати на різноманітні події і завжди бути готовим до нової

несподіваної зустрічі зі своєю потенційною «темою». Обізнаність дуже допомагає при спілкуванні, і якщо є можливість підготуватися і зібрати інформацію заздалегідь, то варто нею скористатися.

Дослідження студентської публіцистики показало, що у більшості випадків в описі подій очевидна захопленість темою, присутня надмірна емоційність. Але небезпека у тому, що, описуючи подію і захоплюючись вибраною темою, студенти іноді намагаються прикрасити дійсність чи гіперболізувати, або ж описують суб'єктивні думки.

Без сумнівів, одним із найвпливовіших на тематику статей фактором є редакційна політика видання. В. Маковій стверджує, що саме від головного редактора і колективу залежить, про що пишуть журналісти періодичного видання [99, 159]. На наш погляд, ще однією особливістю є те, що студенти не люблять, коли їх цензурують, вказують про що писати, як правильно це робити. Головний редактор студентського журналу І. Ященко «Рупор» у рубриці «Нам слово», тобто у передмові номера пише: «...«Рупор» – це саме той журнал, який роблять студенти для студентів. Ніякі дорослі «дяді і тьоті» не диктують що нам робити і як!» [194, с. 2].

Як видно з проаналізованого матеріалу, студенти не люблять, коли їх повчають старші, все ж у своїх публікаціях звертають увагу на найбільші проблеми сучасної студентської молоді та закликають змінити спосіб життя і подумати про майбутнє. Для прикладу нижче подано декілька уривків зі статей на різну тематику, опублікованих у студентських виданнях.

У статті «Straight edge», опублікованій у виданні студентської ради філософського факультету ЛНУ ім. Івана Франка «Лови момент» (№4, березень 2008), Л. Мицько пише:

*«Тобі соромно за друга, який напився до напівлетального стану. Біля школи бачили п'ятикласників з цигарками в писках. Ще в якісь країні легалізували одностатеві шлюби. В журналі читаєш про мажорну дурену, яка зробила собі труси зі шкіри тваринки з Червоної Книги. За два роки рівень захворювань на рак легень зріс вдвічі, з хворих виживає лише 10%.*

*Повз тебе проходить шістнадцятирічна вагітна з пляшкою пива в руках. Збільшується кількість новонароджених з вадами здоров'я. Вкотре чуєш статистику захворювань на СНІД. Сото graduate? Можливо, час задуматися?» [108, с. 1, 5].*

У статті «Спілкування в пластмасі» Ю. Дусан, зі сторінок видання Студенського братства львівщини «Хід» (№ 3), переймається тим, що потрібно бути обережними з інтернет-сленгом, а наприкінці статті його використовує:

*«Щось потрібно змінити в нашій структурі мислення та нашому сприйнятті процесів, що оточують нас і затягують в свою «сітку»... Будьмо обережні!!! Але не закінчуючи статтю на мінорній ноті, скажу: «Аффтар жжот, тема мегорозрифффф, йа креведко» [40, с. 16].*

Власні думки щодо бачення сучасних мистецьких експонатів висловлює Р. Чудяк у публікації «Сучасне мистецтво – суб'єктивний погляд» (Лови момент, № 4, 2008):

*«Сучасні експонати, не всі, звичайно, можуть викликати огиду (чи що у вас би викликала експозиція з дванадцяти голів мертвих корів без шкіри і в розрізі разом з полотнами, до яких приклеєно тисячі мертвих мух з неприємним запахом?)» [185, с. 3].*

Проблеми неправильного спонукання до донорства у статті «Кров у борг» описує К. Хрумова (Рупор, № 4, 2008):

*«Найяскравішим тут, напевно, був великий лише наполовину кольоровий плакат, підзаголовки якого поєднувалися в дивне гасло: «Шановні донори! СНІД. ОБЕРЕЖНО СИФІЛІС!». Далі якийсь текст дрібним шрифтом, а внизу ще кольорова приписка: «отож шановні громадяни, ставайте донорами!», – підбадьорлива афіша?» [180, с. 12 – 13].*

Авторка під псевдонімом V.Rednaja описала свої думки та гостро висміяла наукові доповіді конференції у статті «Психодел))))» (Students and biology, № 1):

*«Із славетного міста Сімферополя була представлена стендова доповідь «Оценка вегетативного тонуса студентов в связи с содержанием свинца, меди и кадмия в организме». Цікаво, звідки в організмі студентів*

*Сімферополя стільки свинцю і кадмію, що вони активно впливають на їхній вегетативний тонус (особливо на той, що «зумовлюється симпатичною нервовою системою»\*)?!*

*\*примітка: Насправді симпатичного тонуса не виявлено. Є лише парасимпатичний, але та мила жіночка, що доповідала, була впевнена у своїй правоті, за що їй кріпко «дісталось» від розумників нашої кафедри)))» [200, с. 4 – 5].*

Студент, який не назвав свого імені у статті «Таке відчуття, що ти в телеку, а не в реальному житті... А потім розумієш, що це нормально.» розповідає про свої враження проживання за кордоном (Stud times, № 1):

*«Перший шок: Світла реклами, височезні будівлі, все в таких розмірах – ВАААУ!!! 20 хвилин шоку від грандіозності і відчуття, що ти в телеку, а не в реальному житті! Круто!..*

*...Бетті Дžo: З нею ми познайомились на пляжі. Справжня американка. Об'їздили з нею весь штат. Якось вона запросила нас на день народження. Ми скинулись по 40 баксів і купили їй айпод, який вона хотіла. Подарунку вона зраділа, але запитала чи є чек... День народження виглядав так: попили коли, поїли чіпсів, подивились MTV і розійшлись. Шкода 40 доларів...» [199, с. 6].*

Нам варто зазначити, що у студентів, які видають газети, «дорослим» видавцям можна було б багато почерпнути – читати такі статті справді цікаво, але, скоріше за все, це лише односторонній погляд. З іншого боку – кількість судових позовів проти видавців зросла б у декілька разів, якщо б журналісти відверто, емоційно та з сарказмом висловлювали суб'єктивні думки.

Загалом контент у газетах майбутніх фахівців (редакторів, журналістів, філологів) та студентів, які навчаються на технічних та природничих спеціальностях дуже не відрізняється. Звичайно, окрім публікацій на звичні теми, студенти схильні розміщувати матеріали, які пов'язані з їхніми спеціальностями та навчанням. Існує також невелика різниця між тематичним наповненням у різних типах газет. В офіційних виданнях частіше можна почитати про події, які відбуваються у навчальному закладі та зі студентами, однак інформація подається дуже стримано. Незалежні

студентські видання (якщо вони незалежні фінансово) зосереджені на розважальній інформації і не публікують нічого про події в навчальних закладах, оскільки редколегія у тому не зацікавлена. Неофіційні видання публікують, як і вже описані газети та журнали, різноманітну інформацію, проте більше зосереджені на журналістських розслідуваннях. Газети студентських організацій, окрім інших матеріалів публікують статті на соціальну тематику. Щодо стінгазет, то вони можуть бути аналогами неофіційних видань.

Отже, студентські періодичні видання читачам здаються такими, що публікують інформацію з розважальною, «поверховою» тематикою. Часто яскраве оформлення, експресивні заголовки та фотографії створюють ілюзію відсутності проблем у студентському житті. Як видно з самих публікацій, студенти не люблять, коли їх контролюють, змушують писати про те, що їм не цікаве, чи вказують, як правильно видавати газету. Проте ретельний аналіз показав, що в публікаціях вони звертають увагу на найбільші проблеми сучасної молоді та закликають змінити життя і подумати про майбутнє.

Проведене опитування свідчить, що 85,7 % студентів-видавців і 76,80 % студентів-читачів читають періодичні видання для молоді вищих навчальних закладів, а це досить високі показники. Очевидно, задля розширення аудиторії читачів, видавцям варто звернути увагу на побажання щодо тематичних уподобань самих реципієнтів.

Як свідчить дослідження, студенти читають, але тільки те, що їм цікаве. А студенти-видавці роблять все можливе, щоб періодичне видання мало не тільки привабливий вигляд, але і оригінальний контент, та іншим хотілося його не просто переглянути, а й почитати.

### 3. 2. Свобода слова у студентських періодичних виданнях

Однією з демократичних свобод, визначених Конституцією України, є свобода слова. Вона передбачає висловлення незалежних поглядів та переконань і в усній, і в письмовій формі; є ознакою некорумпованого суспільства [167, с. 672]. В Україні її захищають 110 нормативно-правових документів: укази Президента, постанови Кабміну, Закони («Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації в Україні», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» та інші).

Свобода слова, без сумнівів, повністю залежить від свободи в широкому розумінні. А остання передбачає не лише вільні дії та погляди, а й цілковиту відповідальність за скоєне, написане або сказане. Протягом декількох століть найбільшим «ворогом» ЗМІ залишалася цензура, тобто нагляд за публікованою інформацією [152], хоча вона заборонена в будь-яких проявах. Все ж повинні існувати межі допустимого з точки зору етики, оскільки надіятися на свідомість усіх громадян – безглуздо [130; 150].

Більшість студентів, як нам відомо, усвідомлює цю проблему, коли починає випускати газету. Останніми роками поліпшився стан офіційних газет навчальних закладів, оскільки багато студентів зацікавлені у тому, щоб долучатися до видання періодики і, вивчаючи теорію, одразу ж використовувати її на практиці. Сміливіші створюють у ВНЗ неофіційні газети («На 100%» – Тернопільський національний педагогічний університет; «Острозька академія» – Національний університет «Острозька академія»; «Науковець», «9 поверх», «Тіко так» – Запорізький національний університет; «Йогурт», «Забей» – Донецький інститут соціальної освіти; «Студентська координата» – Інститут журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка та багато інших), спільними

зусиллями і з допомогою спонсорів та рекламодавців видають незалежну пресу («Неофіційна газета» (Київ); «Бон Жур» (Вінниця); «Штопор» (Київ); «А5» – всеукраїнська мережа молодіжних видань; «Шара» (Запоріжжя, Мелітополь); «Хід», «Галицьке юнацтво» (Львів); «Рупор» (Київ). Починають з'являтися і комерційні всеукраїнські видання для студентів («Студент Plus+» (Київ), «FreeStyle Business» (Рівне), які, ймовірно, з часом можна буде придбати у будь-якому газетному кіоску).

Вважаємо, що жвавий розвиток студентської періодики пов'язаний з умовами становлення Болонської системи, коли значну увагу під час навчального процесу надають самостійній роботі, а практичне навантаження може полягати у створенні власного інформаційного продукту, зокрема, друкованих ЗМІ. Як зазначив М. Мацькевич, періодика – не лише школа для навчання майбутніх журналістів та місце здобуття досвіду в журналістиці, а ще й один із найголовніших важелів демократії у національній системі вищої освіти [103]. Роль студентської періодики, на наш погляд, полягає у представленні інтересів молоді у межах вищих закладів освіти, про що свідчить дослідження працівників газет Інституту журналістики «Студентська координата» та «Молодий журналіст».

Студенти вчаться опрацювати інформацію та публікувати її на сторінках видань. А це, без сумнівів, завжди нове знання, яке передають від джерела до приймача. У журналістиці поняття «інформація» дуже важливе, як стверджує Є. Самусенко, саме через її збір, опрацювання та поширення відбувається професійна журналістська діяльність [137].

Завдання журналіста – правдиво і справедливо описувати реальність, яка існує навколо нас, і що найважливіше, з точки зору Й. Лося, не «жонглювати» парадоксами і багатозначними словами, як це колись робили софісти [92]. Отже, найголовнішим завданням журналіста є висвітлювання подій, неупереджено оперуючи при цьому достовірними відомостями.

Згідно з дослідженням Студентської ради Києва у 2007 р. студентських видань України виявлено, що лише третина газет вважає себе незалежною від

адміністрацій університетів. За даними відомостями в опитуванні взяли участь 78 редакторів видань вищих закладів освіти усієї України. На наш погляд, на результати дослідження варто звернути увагу тому, що в газеті для студентів свого часу працював майже кожен п'ятий український журналіст.

Як відомо, згідно з законами, ніхто не має права впливати на студентську періодику. В результатах опитування написано, що понад 80 % газет друкують за рахунок вищого навчального закладу, а 40 % працівникам редакцій газет заклади освіти виплачують матеріальну винагороду.



Рис.14

Під час організованого нами опитування студенти відповіли на запитання про те, чи є свобода слова у періодиці ВНЗ (див. рис. 14). Студенти-видавці сказали: ні – 22,4 %, не знають – 24,5 %, так – 53,10 %. З тих студентів, які не бралися за випуски газет, 36,1 % вважає, що такої проблеми немає, 42,6 % не знає, а «так» сказало 21,3 %.

Зайвих клопотів нікому не треба, тому, як відомо, у редакціях може бути «негласний» список заборонених тем. Не користуючись темником, зазначає Є. Самусенко, студенти ризикують створити собі проблеми у навчанні, адже усі заверстані матеріали переглядає хтось із ректорату чи деканату (подібне ознайомлення з матеріалом існувало і в радянські часи)

[136]. Як відомо, гуманніші керівники вищих навчальних закладів можуть просто викреслити публікації, які не сподобалися, й запропонувати наново переверстати номер. Якщо не зважати на адміністративні важелі впливу, пише В. Тарасюк, наставник (якщо такий є) виконує роль порадника, консультанта для редакційної колегії студентів [160].

Бачення ідеальних періодичних видань в керівництва вищих навчальних закладів та в молоді, яка в них навчається, не завжди збігається. Наші дослідження показали, що офіційні газети будь-якого вищого навчального закладу України створені за певними стандартами: обов'язково має бути фото керівництва, потрібно завжди писати тільки про досягнення та про гордість навчального закладу і обов'язково описувати події зі студентського життя – адже газету видають для студентів.

Якщо студенти не дотримуються вказівок, керівництво може вилучити наклад. Наприклад, представники ректорату Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського сказали, що соромно було роздавати газету з помилками, коли їх звинуватили на сторінках газети «РІА» (№ 46 від 15 листопада 2006 р.) у зв'язку зі зникненням усього накладу студентської газети «Бон Жур» [97]. Зазначимо, що найгірше, коли ректорат вирішує заборонити студентському редакційному колективу випускати газети через критику на адресу роботи працівників вищого навчального закладу.

У своїй публікації Є. Самусенко оприлюднив інтерв'ю з колишнім студентом КПШ, тепер журналістом відомого каналу О. Братушаком, в минулому – видавцем незалежної газети «Студентка» в КПШ. Респондент стверджував, що його негаразди в навчальному процесі створювалися штучно, адже проблеми почалися лише після виходу статті про невідомо куди витрачені 11 млн гривень, за які мали реконструювати парк КПШ [136]. Там же написано, що цей студент, працюючи головним редактором студентської газети університету Шевченка, ризикнув опублікувати інтерв'ю зі студентом, який покинув навчання на своєму факультеті через неякісну

освіту і поїхав до Варшави. Як виявилось, ніхто з адміністрації цю статтю не читав, а ректор побачив лише п'ятнадцятий номер, який і став останнім [136].

Поняття «свободи слова» І. Шевченко інтерпретує як ризиковане, але необхідне. Адже, якщо підкоряться цензурі, це позначиться на компетентності та сприятиме розвитку графоманства [161, с. 147]. З огляду на це, потрібно боротися за свободу слова, оскільки без неї починається знищення журналіста як особистості.

За різними визначеннями, свободу періодики найчастіше визначають правом поширювати ідеї, думки, інформацію через друковане слово без обмежень з боку влади; правом, що гарантує захист і є основою усіх інших політичних свобод та прав людини. Свобода періодики є головним гарантом конституційності демократичного ладу. Очевидно, що права та гарантії знайшли своє відображення не лише в Конституції, а й у Законах України «Про інформацію» та «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». Я. Ширченко стверджує, що решта законів містять обов'язки й обмеження прав свободи ЗМІ, а саме: «Про державну таємницю», «Про рекламу», «Про державну підтримку ЗМІ і соціальний захист журналістів» тощо [188]. Реальною свобода слова, без сумнівів, може бути лише за умови, коли вона підтримується юридично та практично. Як вважає В. Гвоздев, основна мета – це створення передумов для формування освіченого й поінформованого електорату, здатного самостійно оцінювати стан громадських справ [24]. З точки зору Т. Приступенка, свобода періодичних видань є обов'язковим елементом демократії та необхідна умова забезпечення для людей та їхніх об'єднань політичного плюралізму та культурної різноманітності [128, 129]. На нашу думку, студентська періодика абсолютно не захищена з юридичної точки зору – у законах про неї не згадується.

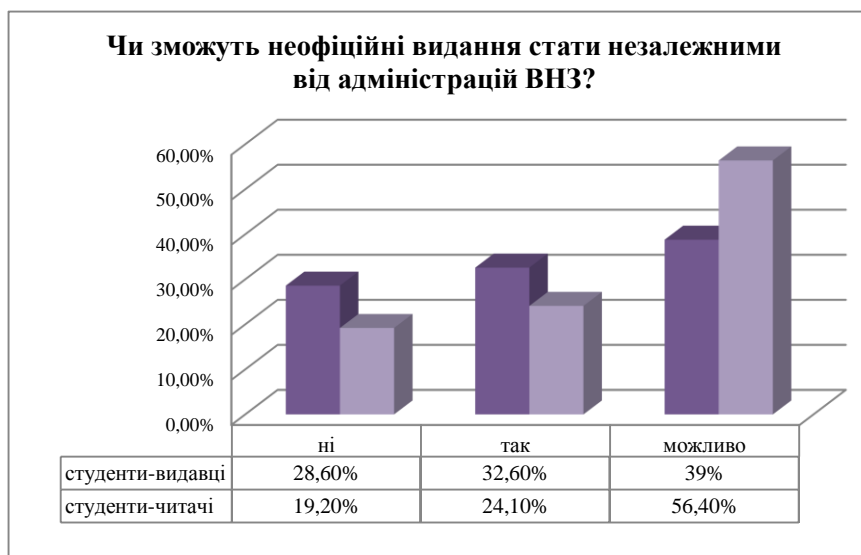


Рис. 15

У проведеному нами опитуванні на запитання «Чи зможе періодика ВНЗ стати незалежною від адміністрацій?» – в студентів, які видавали газети цікаві прогнози (див. рис. 15): «ні» – 28,6 %, «так» – 32,6 %, «можливо» – 39 %.

Відповіді студентів-читачів були такими: «ні» – 19,2 %, «так» – 24,1 %, «можливо» – 56,4 %. Відповідь «ні» здебільшого коментували словами, що такого не буде і нашої країні до цього далеко.

Також була одна відповідь – «а навіщо?». Тобто є і такі, що вважають непотрібною незалежність такої періодики. Все ж, як ми вважаємо, що існують вагомні відмінності між інформацією, яку подають журналісти студентської газети чи інтернет-видання у навчальних закладах, і реальним життям. Прикладом для необхідності незалежності студентської періодики може бути описана історія. У 2007 р. в Неофіційній студентській інтернет-газеті КНУ імені Т. Шевченка опублікували статтю про незаконне стягнення зі студентів біля 3 млн. гривень за оплату комунальних послуг. Тиждень по тому прокуратура столиці визнала дії керівництва університету зловживанням та скасувала незаконний наказ працівників вищого закладу освіти. Без сумнівів, цей випадок якнайліпше вказує на те, що незалежні студентські ЗМІ і справді можуть бути корисними студентам. Саме тому

цензура з боку адміністрацій університетів була і є. На думку О. Кузнецової, справжня цінність періодики полягає в ідеї відкритої комунікації [84], яка могла б допомагати підтримувати між студентами та керівництвом навчальних закладів чи представниками владних структур своєрідний діалог.

Отже, студентам-журналістам, які публікують свої статті у залежних від керівників закладу періодичних виданнях, дуже часто не дають можливості писати про те, що їх найбільше хвилює. Значить, є такі проблеми свободи слова, які пов'язані з контролем інформації, що безпосередньо впливає на редакційну політику.

Зазначимо, що ситуація може докорінно змінитися. Адже керівництву вищого навчального закладу зручніше почитати критику у студентській газеті і одразу ж відреагувати відповідними заявами та діями, ніж якщо б вона була опублікована деінде.

### 3.3. Проблема фінансування студентської періодики

Однією з найважливіших проблем студентських засобів масової інформації є фінансування, адже саме воно впливає на редакційну політику видань, особливості поліграфічного виконання, кількість накладу.

Наскільки обізнані студенти щодо питань фінансування періодичних студентських видань, показали описані нижче дані результатів нашого дослідження. Під час організованого опитування студенти відповіли на запитання «Хто фінансував видання, якщо вам відома така інформація?» (див. рис. 16). Більшість опитаних написали, що основним джерелом фінансування був навчальний заклад – 71,3 % (студенти-видавці) та 49 % (студенти-читачі). Інші написали, що в газет, які вони читали, були спонсори: студенти-видавці – 10,4 %, студенти-читачі – 13,3 %. Не знає 8,2 % з тих, хто видавав, і 33,4 % з тих, хто не брав у цьому участі. Як стверджує 4 % студентів, які видавали газети, і 3,8 % тих, хто не видавав такої періодики, газетам допомагали кошти за розміщену рекламу.

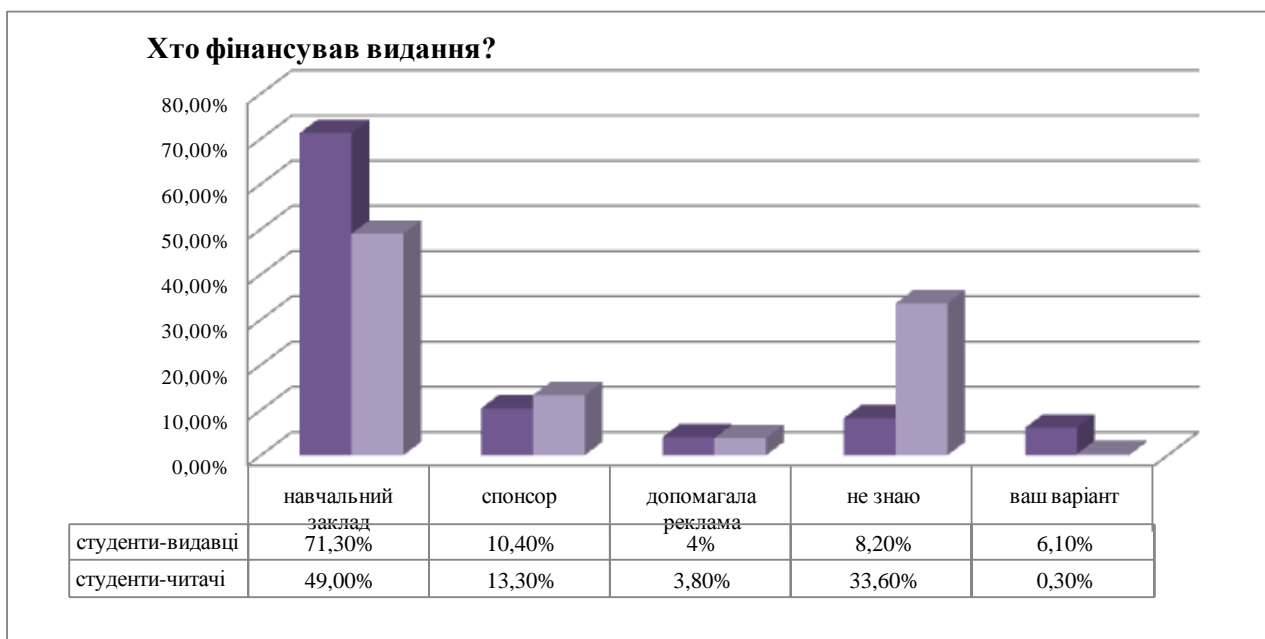


Рис. 16

У коментарях студенти-видавці написали, що рекламу вважають перспективним варіантом для студентських ЗМІ, також відповіли, що самі шукали папір і все робили, інколи були благодійні внески, кошти з реклами та продажів примірників.

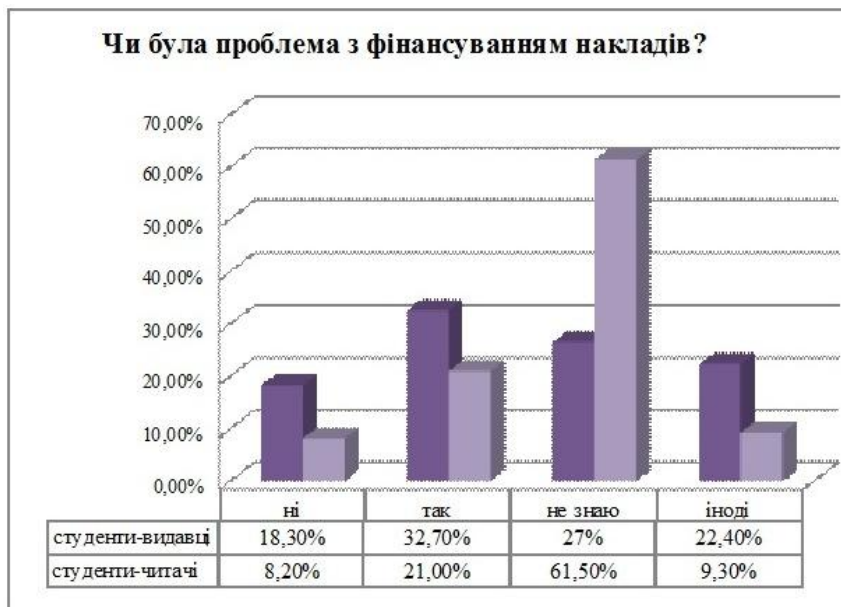


Рис. 17

Більшість студентів-читачів не знають, чи була проблема з фінансуванням накладів – це 61,5 % (див. рис. 17), що іноді такі проблеми були, стверджує 9,3 %, «ні» сказало 8,2 %, а «так» – 21 %. Серед студентів-видавців, про наявність проблеми знає 32,7 %, не знає 27 %, «іноді» – відповіло 22,4 %, а 18,3 % стверджує, що таких проблем не було. Також зазначимо, що студенти, які випускали газети, наголошували на тому, що такі проблеми були регулярними, але їх вирішували, деколи зменшували наклад.

В таких ситуаціях, як ми вважаємо, варто шукати меценатів, які б погодилися надавати кошти на газету для студентів. Реальний шлях студентських періодичних видань до незалежності – шукати фінансування. Та це, виявляється, не так легко, адже недержавні організації та фонди, що займалися активним розвитком засобів масової інформації декілька років тому, про студентську періодику нічого не знають. Тому те, що часто радять студентам-видавцям, фактично нічим не допомагає. Неурядові організації, що

спеціалізуються на ЗМІ, здебільшого зацікавлені у тренінгах щодо правильного висвітлення виборів або у підтримці регіональних газет. На наш погляд, на студентські газети ніхто не зважає. Щодо державних структур, то на реальну допомогу в розвитку студентських ЗМІ найближчим часом не варто чекати. Замість підтримки локальних проєктів, пише Є. Самусенко, Міністерство освіти і науки щорічно в рамках обов'язкової грантової програми надає близько трьохсот тисяч гривень на газети великих молодіжних організацій. Ефективність та об'єктивність таких медіа – не вища, ніж ефективність державних [136]. Згадуючи про державні структури, варто згадати і про С. Ніколаєнка, який, будучи міністром освіти і науки України, був дуже здивований, почувши про те, що студентські ЗМІ взагалі існують.

Вважаємо, що на прикладі студентської періодики інших країн потрібно розвиватися і українській. Наприклад, у США в кожному коледжі є декілька конкурентоздатних друкованих видань, а також радіо- чи телестудії. Фінансування студентської періодики здійснюється за підтримки державних установ, вищого навчального закладу, різних фондів. При цьому засоби масової інформації підтримують свою редакційну політику. Як зазначає А. Дітковська, користуючись найпотужнішою технічною базою, студенти мають можливість отримувати гонорари за матеріали, а постійні члени редакції – заробітну плату [35].

У Голландії студентські видання, як відомо, профінансовані державними закладами освіти. Одразу ж виникає питання: наскільки це обмежує свободу молодих журналістів і чи можна писати що завгодно, навіть критикувати університет. У інтерв'ю С. Корнієнко журналіст студентського періодичного видання С. Йеллема сказав, що вони багато пишуть про викладачів, які недостатньо кваліфіковані, і про предмети та спеціальності, що застаріли, адже існують для того, щоб критикувати. У тому ж опублікованому матеріалі К. Райкен зазначив, що був по обміну від університету в Ірані, і написав великий репортаж про гостювання у країні з

диктаторським режимом. Багато хто були проти, але дозволили опублікувати, адже це просто об'єктивний погляд на події [73].

З нашої точки зору, саме від фізичної чи юридичної особи, яка фінансує газету, залежить, чи буде у ній свобода слова. Ці дві проблеми були і є взаємопов'язаними. Якщо вирішиться питання із фінансами, то проблеми прихованої цензури не буде.

Щоправда, керівництво деяких вищих навчальних закладів дозволяє студентам публікувати критичні матеріали, і фінансує газети. Пояснюється все тим, що ліпше прочитати про проблему і оперативно відреагувати на публікацію, адже студенти знайдуть можливість написати про те, що їх непокоїть деінде, якщо їм не дозволити це зробити в навчальному закладі.

У проведеному нами опитуванні студенти відповіли і на питання про наявність рекламних оголошень, адже і таким способом можна поліпшувати матеріальний стан газети (див. рис. 18). Багато опитаних написало, що у газеті не публікували рекламні оголошення: ті, які видавали студентську періодику – 59,2 %; ті, які не видавали – 44,3 %. Не пам'ятає 2 % видавців і 7,5 % читачів. «Іноді» відповіло 14 % студентів, які видавали газети, і 24,1 %, які не видавали. Майже однаковою була відповідь «так» – 24,5 % (студенти-видавці) та 24,1 % (студенти-читачі).

Ймовірно, один із можливих для студентської періодики шляхів – ставати комерційними. Так і вважають молоді видавці, коли описують ідеальну, на їхню думку, газету. Згідно з даними, які опубліковані у статті О. Солонухи, прибуток від розміщення реклами в ідеальній газеті має становити 43,5 %, від продажу – ще 20 %, від спонсорських внесків – 19,7 %, а від університету – лише 10 %. Інші 6,8 % становлять прибутки з інших джерел [153, с. 138]. Загалом в опитуванні, думки студентів мало відрізняються від думок працівників «дорослих» засобів масової інформації, а ми вважаємо, що бізнесовою студентську газету зробити практично неможливо. Якщо і вдасться втілити в життя такий проект, то це повинно бути дуже цікаве і креативне видання.

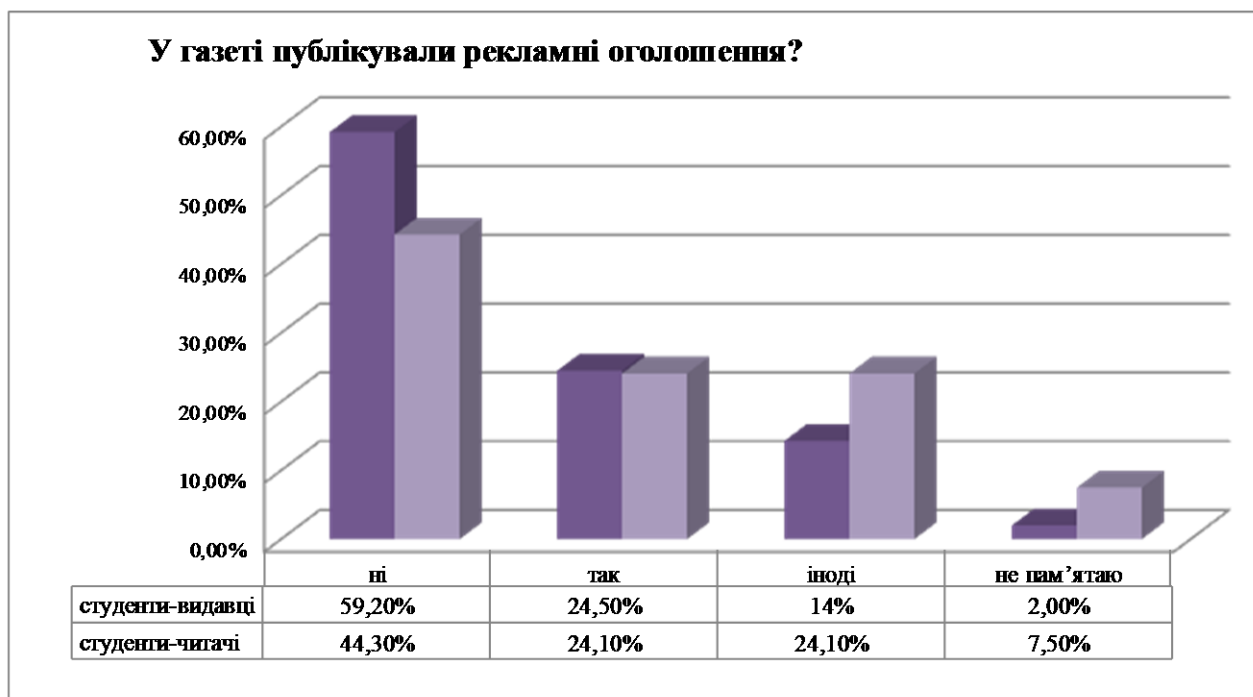


Рис. 18

Напевне, проблеми з розміщення реклами у студентських газет виникають одразу з двох причин. Перша – майже половина (43 %) студентських газет є офіційно зареєстрованими, але інші видання – ні [153, с. 138], тому не можуть легально розміщувати рекламу. Перешкодою при реєстрації, частіше за все, є відсутність редакційного приміщення, наявність якого обов'язкова. Друга – у разі розміщення реклами, редакції ризикують втратити можливість видрукувати випуск або інші ресурси, які їм надає навчальний заклад. Адміністрація вищого закладу освіти, як відомо, часто вважає, що реклама аморальна, до того ж вона робить студентську газету незалежною і небезпечною. Та, все ж, вивчивши газети та журнали, ми побачили рекламні оголошення (див. дод. Д).

Варто шукати меценатів, зазначає О. Солонуха, які б погодилися надавати певні кошти на випуски газети для студентів, шукати рекламодавців. Знайти рекламодавців буде практично неможливо, якщо наклад видання не більший, ніж 500 примірників [153]. Як нам відомо, деяким представникам студентської періодики пропонують бартер – вони

публікують рекламу (наприклад, навчального закладу), а натомість їхні видання безкоштовно розповсюджують чи просто дозволяють «тиражувати» на ксероксі. Попри усе, студенти-журналісти шукають шляхи для фінансового поліпшення за допомогою розміщення на шпальтах видання реклами. Також, як пише А. Мартюшева, часто залучають зовнішні ресурси, наприклад, спонсорами вечірки пропонують бути молодіжному бренду, при цьому сама газета виступає інформаційним або організаційним партнером таких заходів, за що отримує частину залучених грошових ресурсів [100].

Звичайна студентська газета може бути комерційною, але виникають деякі протиріччя. Більшість друкованих студентських видань як самостійні не можуть бути платними. На наш погляд, майбутнє саме студентського видання можливе тільки в тому випадку, коли його видають як безкоштовне інформаційне видання. Водночас не варто забувати і про справжню мету будь-якої газети – майстерно подавати інформацію, адже це основа професіоналізму. Соціологічні опитування доводять, що студенти взагалі читають дуже мало, тому платити за газету вони не будуть. Особливо, якщо це якийсь непривабливий на вигляд листок паперу з нудним текстом. Інша справа, коли газета безкоштовна та цікава, тоді, потрапивши у руки студентів, її обов'язково прочитають.

Треба розвивати студентські мас-медіа – з допомогою маркетингових досліджень, вивчення ринку періодики і створення стратегії можна отримати позитивні результати. Як вважає П. Міненко, потрібно шукати потенційних рекламодавців і переконувати їх в ефективності співробітництва зі студентськими виданнями [109]. Студентські періодичні видання, на нашу думку, мають величезний потенціал у медіа-просторі, адже специфіка і різноманітність цього сектора журналістської діяльності може зацікавити серйозні бізнесові компанії. Тому розвивати її необхідно, оскільки зовсім скоро це може бути вигідним.

Іноді все ж з'являються проекти, які стосуються студентської періодики, але намагаючись подати заявку і виграти грант, редакція газети

частіше саморозпускається [136], оскільки розгляд таких проектів займає не менше шістьох місяців. Тому студенти-журналісти реалізують свої творчі здібності деінде.

Отже, проблема з фінансуванням студентських газет існуватиме доти, поки спонсори не зрозуміють, що з часом це може бути прибутковою справою, адже в них можна розміщувати рекламу, яка буде ефективною, оскільки молоді люди, які навчаються у вищих закладах, належать до соціально активної групи споживачів. Фінансування студентської періодики дуже тісно пов'язане з питаннями свободи слова та особливостями функціонування газет, адже саме фізичні чи юридичні особи, які надають кошти редакції, можуть наполегливо пропонувати матеріали для публікацій та, умовно кажучи, керувати редакційною політикою. Коли керівництво навчальних закладів буде фінансувати періодику, не цензуруючи її, воно отримає можливість дізнаватися про критичні зауваження першими та швидко на них реагувати. Хоча, як ми виявили, можна і без фінансування створити студентську газету.

### **3. 4. Створення проекту нового студентського періодичного видання (на прикладі «Студентської торби»)**

#### **3. 4. 1. Пошуки оптимальних варіантів. Етапи створення видання**

Поява будь-якого нового студентського видання потребує бажання та ініціативи в середовищі самого студентства. Слід сказати, що у кожному навчальному закладі завжди знайдеться декілька студентів-однодумців, які з захопленням візьмуться за втілення різноманітних ідей у життя. Зазвичай так і створюються студентські газети. Підсумовуючи наше експериментальне дослідження, ми опишемо процес створення студентського видання на прикладі «Студентської торби». Отже, спершу виникла ідея, до якої кожного разу додавалися нові деталі для поліпшення функціонування, структури, дизайну. Спочатку газету назвали по-іншому, але назва була дуже офіційною, тому довелося її змінити.

Стандартного рецепту створення періодичного видання немає. На практиці відомо, що існує багато різноманітних варіантів, але, на наш погляд, є те, що необхідно знати і на що потрібно зважати, створюючи подібний проект: характеристика цільової аудиторії, фінансування майбутнього видання та його особливості.

Систему внутрішнього менеджменту студентської газети, як ми знаємо, визначає редакційна колегія. Редакційна політика також залежить від тих, хто взяв на себе відповідальність за створення. Потрібно знати періоди розвитку. Як стверджує К. Семенюк, існують такі стадії:

1. Ініціація – народження «ідеї» газети у соціально найактивніших особистостей, тобто рішення почати роботу.

2. Початкове планування – розробка концепції газети, питання організації. Без цього етапу подальший розвиток ЗМІ беззмістовний.

3. Початкова стадія розвитку – усі відповідальні за все. Великий ентузіазм виконання роботи потребує більше часу, ніж редколегія може собі дозволити.

4. Становлення – розподіл ролей. Початковий якісний рівень змінюється професійнішим підходом до подачі інформації та внутрішнього розкладу.

5. Зрілість – чіткі правила та норми внутрішнього життя газети достатньо повно вдовольняють потреби читацької аудиторії, у видання з'являється власна сфера впливу.

6. Засинання – іноді називається старінням.

7. Відродження – оновлення місії та філософії, часто супроводжується зміною учасників та керівників [141].

Насправді те, що описано у цих стадіях, ми вважаємо досить теоретичним. На практиці все може бути по іншому. Навіть деякі стадії розвитку можуть змішуватися і чергуватися. Метою створення студентської періодики, стверджує С. Падалка, є розвиток і вдосконалення навичок літературної творчості, підвищення грамотності, отримання журналістського досвіду, розвиток комунікативних якостей, створення творчого колективу [119]. Студентка газети «ЖуЖуЖу» М. Клименко так пояснює, чому вона та інші студенти видають газети:

*«Знаєте, моя робота у студентському виданні не приносить мені якихось фінансових дивідендів. Я погано сплю, харчуюся й багато нервуюся. Уночі бачу сни, у яких я б'ю автора за те, що він забув про дедлайн і через нього пустує ціла шпальта. Мої рідні вважають, що моя робота над «Жу» – Сізіфова праця. Я безліч разів сварилася зі своїми друзями через те, що роблю газету, а не гуляю з ними. До деяких узагалі змінила своє ставлення. Мені набридло бути в когорті тих, хто сидить удома, дивиться серіали й убиває час на домашку. До речі, бали я теж стала отримувати гірші. Але*

*мене це зовсім не хитає. Адже в мене є те, що я так люблю. Є люди, з якими я ніколи не познайомилася б, якби не газета. Моє й без того нецікаве життя було б ще гіршим. Чесно кажучи, мені все одно, підтримує мене хтось, окрім цих людей, чи ні (інколи ліпша допомога – просто не заважати). Не існує кращої втоми, ніж та, яка після виходу нового номера. Я радію щоразу, як вішаю «Жу» на стенд або викладаю на Issuu (навіть попри те, що перечитала ці сторінки побуквенно та від них, відверто кажучи, вже нудить). Не думаю, що в прагненні до створення видання я унікальна. Вірю в те, що є подібні люди, і вони десь зовсім поруч. Просто їм страшно починати. Так, як це колись було страшно робити й мені.» [63].*

З нашої точки зору, захоплення та бажання використати енергію спонукає студентів створювати періодику. У багатьох випадках це просто один зі способів урізноманітнити своє життя і робити щось нове та цікаве – створювати редакційні колегії, визначати короткострокові та довгострокові плани газети, продумувати структуру та дизайн, особливості редакційної політики, писати і готувати матеріали до друку, просто здобувати досвід.

Кожне видання, як відомо, має свою мету, здебільшого навіть не одну. Важливо не вигадувати багато цілей одночасно, адже досягнути всього і одразу неможливо. Редакційна колегія створеного видання «Студентська торба» теж визначила основні пріоритети:

- створення газети, її популяризація серед студентів в інтернеті;
- розвиток видання та його популяризація серед студентів інших спеціальностей, які цікавляться особливостями студентського життя.

Зазначимо, що у студентському редакційному колективі можуть бути різні моделі спілкування між редакторами, журналістами та головним редактором. Як стверджує В. Марчук, існує диктаторська модель та модель консенсусу [101]. В диктаторській моделі головний редактор сам вирішує різні питання і керує колективом. На наш погляд, з багатьох причин потрібно надавати перевагу саме моделі консенсусу, адже її суть полягає у тому, що в обговоренні народжується істина. Але у такій моделі теж є чималі недоліки –

дуже часто, коли за всі справи відповідальними є усі, в результаті нічого не може вирішитися.

Як ми вважаємо, все повинно бути цікавим хоча б частині цільової аудиторії. Якщо писати, фотографувати, подавати певну інформацію, яка буде цікава тільки засновнику проекту, на думку В. Гатова, такий проект не буде успішним і невідомо скільки він існуватиме. Основне завдання – дізнатися бажання тих, хто би міг стати постійним читачем [23]. Мабуть, тому наша редакційна колегія вирішила надати право самим студентам публікувати статті та коментувати їх.

Визначити аудиторію теж нескладно, якщо продукт дуже чітко позиціонувати згідно зі статевовіковою категорією. В. Гатов впевнений, що потрібно розуміти, що цікаве цим людям саме зараз і що з ними буде через рік, два чи п'ять [23].

Певна річ, потенційними читачами цієї газети будуть лише студенти, тому цікавою вона може бути лише до певний час. Пізніше, звичайно, з'являться й інші читачі, але для того, щоб вони захотіли долучитися до цієї справи, необхідна реклама та імідж. Як показали наші дослідження, багато студентських видань називають себе молодіжними, хоча публікують статті студентів та для студентів з цікавою їм тематикою, але не ризикують називати себе лише студентськими (а як відомо, молодь – це категорія з набагато ширшими віковими рамками). Можемо припустити, що редакція боїться втратити частину потенційних читачів через таке позиціонування на ринку, але через це нічого не змінюється, воно так і залишається фактично студентським, а юридично молодіжним.

Ми охарактеризували аудиторію майбутньої студентської газети, оскільки засіб масової інформації є універсальним (публікуватимуть статті на будь-яку тематику), але обмежений віковими рамками. Уявивши свою потенційну аудиторію, ми описали її таким чином. Оскільки зараз більшість учнів після закінчення школи вступають у вищі навчальні заклади, то студентська цільова аудиторія – це вікова категорія від 15 – 17 років до 21 –

23 (напевно, не варто брати до уваги студентів інших вікових категорій). Очевидно, що це покоління урбаністичне. Чим молодша аудиторія, тим менше шансів бути почутими, якщо користуватися традиційними методами. Такі люди менше всього зацікавлені книгами і газетами, більше часу витрачають в інтернеті. Тому, з нашої точки зору, знайти потенційних студентів-дописувачів та студентів-читачів можна у мережі. Серед описаних вище реципієнтів студентського періодичного видання можуть бути і ті, яким захочеться долучитися до видавничого процесу.

На бажання читати та випускати періодику, пишуть М. Савчин та Л. Василенко, можуть вплинути умови та перебіг соціалізації, яка відбувається зі студентською молоддю в цей період [135]. На активність впливають не тільки вікові фактори. На думку В. Гатова, є дві основні категорії населення: креативний клас і споживачі. Кількість креативного класу переважно не перевищує 20 % [23]. Навіть посилаючись на дані з нашого дослідження, варто сказати, що зі всіх опитаних студентів лише 14,4 % брали участь у випуску газет та журналів. Як ми знаємо, у вищих навчальних закладах та в різних студентських організаціях постійно з'являються газети, дуже часто «одноденки», але все-одно вони популярні у певних колах зацікавлених людей. Інші 80 % нічого не будуть робити, якщо їх до цього не змусити, а опісля – нагадувати про завдання. Це означає, що вони здібні, але неініціативні.

Продумуючи деталі, потрібно звертати увагу на зацікавлення читацької аудиторії. Вважаємо, що треба обрати формат періодичності, залежно від цільової групи, адже можна втратити читача, не задовольнивши його бажання почитати новий матеріал. Молода аудиторія хоче «споживати» нову інформацію коли це потрібно, у потрібному обсязі, і на носії, який зручний саме в цей момент.

При складанні плану функціонування видання ми зважали на фінансове забезпечення, а також пошуки можливостей отримання потрібних коштів. Звісно, основна мета для студентів, які створюють періодичне видання –

отримати кошти (грант, наприклад). Але все-одно треба правильно організувати роботу редакційного колективу. Потрібно скласти список дій, розподілити завдання і наглядати, щоб їх успішно виконували.

Якщо вдалося знайти джерело фінансування (тобто мецената), очевидно, студенти можуть випускати друковане видання. Якщо немає, то варто розглянути варіант, при якому буде необхідний лише ентузіазм та бажання мати свою газету. На наш погляд, у цьому допоможе інтернет. Саме за сучасних умов та зацікавлень теперішніх студентів найліпше – це створити інтернет-видання. Не даремно вважають, що вивчення мережі має тісний зв'язок із важливими сучасними науковими і практичними завданнями. Про це свідчить поява великої кількості наукових робіт із цієї проблематики у більшості вчених, у тому числі й українських. Науковці досліджують багатосторонність цього засобу комунікації, пов'язують розвиток інтернету з процесами глобалізації, деякі вчені розглядають його з політичної точки зору, а І. Артамонова аналізує глобальну комп'ютерну мережу саме через призму її взаємодії із засобами масової інформації [2]. Комп'ютерні мережі, вважає В. Іванов, входять до масовокомунікаційних процесів, попри те, що відрізняються від традиційних засобів масової комунікації [56].

Зазначимо, що інтернет і справді став майже універсальним комунікативним простором. А найголовніше – створив умови для спілкування, пошуку корисної інформації, навчання та відпочинку. Одна із основних особливостей інтернету – здатність підірвати монополію на інформацію, що робить існування авторитарних режимів досить проблематичним. І. Артамонова зробила висновки, що інтернет фактом свого існування перетворив ЗМІ на засоби масової комунікації [2]. З нашої точки зору, принципи, які лежать в основі функціонування мережі, почали впливати і відповідно змінювати структуру традиційних засобів масової інформації. Відзначається особливе значення таких властивостей, як відкритість, децентралізація, відсутність часових і просторових орієнтирів.

Також погоджуємося з поглядами А. Гора на роль мережі в сучасному світі: по-перше, за допомогою різноманітних сервісів там можна висловлювати різні погляди вільно та безконтрольно, порівняно з традиційними засобами масової інформації; по-друге, дозволено здійснювати пряму комунікацію [104]. Перше твердження, на наш погляд, допомагає вирішити проблему свободи слова (прихованої цензури) у студентській пресі, на яку так часто скаржаться студенти-видавці; а друге, без сумнівів, це позитивна чи негативна критика на опубліковані студентами статті, тобто це можливість для кожного таким чином самовдосконалюватися і вчитися писати цікаво для потенційних читачів публікацій.

Періодика в інтернеті, як вважає Т. Чілачава, має переваги для читацької аудиторії, які полягають у швидкому публікуванні новин і докорінній зміні контенту за короткий проміжок часу [184]. Проте існує проблема періодичності студентських інтернет-газет, і полягає вона в обірваних циклах оновлення новин, тобто низькій інтерактивності.

Водночас, такий шлях створення нового видання, на нашу думку, вирішує і проблеми дистрибуції, адже якщо видання друковане, обов'язково потрібно потурбуватися про розповсюдження примірників. Це, звичайно, залежить від накладу і від того, де його потрібно розповсюдити. Практично завжди студенти, які видають газети, вирішують ще й проблему індивідуальної доставки. Потрібно водночас бути і видавцем, і розповсюджувачем. В інтернеті така проблема не виникне, адже статті завантажують на сайт.

Також існує проблема авторства. Як відомо, після виникнення моделі, коли все в реальному часі можна коментувати й доповнювати, тепер потрібно зважати на те, що автор отримує співавторів, адже люди, які доповнили опублікований текст, автоматично стали співавторами. Як стверджує В. Гатов, якщо журналіст не готовий до дискусії з читачем, він не буде працювати у виданні, яке дозволяє користувачам висловлювати претензії та вести діалоги, але рано чи пізно усі почнуть жити у діалозі [23].

Звичайно, від вирішення питання фінансування залежить, якою саме буде газета. Спонсора можна знайти за допомогою чіткого плану і сумлінного виконання усіх продуманих пунктів. К. Семенюк пропонує їх розглянути на прикладі мети. Можна сподіватися на грант, або на фінансування газети. Після ухвалення рішення потрібно потурбуватися про його виконання: описати роботу, призначити відповідального за виконання, а також встановити часові рамки і перевіряти, чи виконується задумане [141].

Варто зазначити, що участь у виставках студентських засобів масової інформації допомагає виданню знайти однодумців (читачів та дописувачів), але не меценатів. Ще один варіант пошуку коштів – різноманітні конкурси. Наприклад, взявши участь у конкурсі від відомої компанії, ми сподівалися виграти певну суму грошей для проекту. Цей спосіб і запропоновані умови викликали сумніви у легітимності голосування на конкурсі.

Як ми дізналися, найоптимальніший варіант у цій ситуації такий. Створити незалежне інтернет-видання за допомогою компаній, які пропонують свої послуги з безкоштовного створення сайтів. Великою перевагою при цьому є те, що цей сайт так само легко створити, як і сторінку у соціальній мережі, а також можна обрати один із запропонованих дизайнерів та користуватися досить зручною панеллю управління. Значними недоліками, з нашої точки зору, є неякісність такого сайту порівняно з іншими, адже бракує індивідуальності; а також засилля реклами. Колись у контракті однієї компанії, яка надає такі послуги, були умови, при яких власник сайту (тобто фізична чи юридична особа, яка його створила) отримувала 25 % від прибутку за розміщену рекламу. Тепер навпаки, щоб її позбутися, потрібно кожного місяця платити певну суму. Власники цієї фірми мотивують такі умови тим, що читачам неприємно, коли на екрані постійно з'являється рекламний банер, і сайт при цьому виглядає не дуже привабливо.

На підставі отриманих даних робимо висновки, що безкоштовно створити періодичне видання можна. Маючи інтернет-газету, потрібно й надалі продовжувати пошуки можливих спонсорів, працювати над

вдосконаленням того, що є, залучати студентів та рекламувати газету. Якщо буде багато читачів, то варто створити незалежний сайт, адже можуть з'явитися пропозиції про розміщення реклами.

Але, як ми вважаємо, є й інші способи створення інтернет-газети. Нам вдалося залучити студента, який вміє створювати сайти і міг це зробити під час навчання (наприклад, як дипломну чи курсову роботу). Проте насправді він зумів зробити тільки дизайн вже створеному нами сайту. Незалежне інтернет-видання з безкоштовним хостингом зголосилася зробити інша студентка, яка одразу ж взялася до роботи, пояснюючи, що їй потрібне портфоліо. Обговорення роботи зі створення нового студентського сайту-видання велися, в основному, через електронне листування. Вирішувалося питання дизайну, структури, внутрішніх панелей управління та ін. Представники редакції заздалегідь попросили зробити зручною у користуванні внутрішню панель управління, щоб кожен користувач міг завантажувати матеріали і їх публікували після перегляду редакції, а також, щоб редактори могли без особливих зусиль (враховуючи те, що вони представники гуманітарних спеціальностей) змінювати кількість рубрик, розташувати матеріали та ін. (див. дод. Е). З огляду на те, що робота не була виконана, ми зробили висновки, що у випадку залучення студентів немає гарантії, що все буде зроблено якісно та вчасно.

Отже, існує багато способів, які можна використати для створення студентського видання, але необхідно написати план дій і визначити особливості, а також зважати на фактори фінансування, що без сумнівів впливатимуть на редакційну політику.

Для того, аби дізнатися, чи можна створити абсолютно незалежне фінансово студентське періодичне видання, нам довелося використати для спостереження метод «маски», з допомогою якого було зібрано інформацію, уникнувши перекручень [57]. Все ж вдалося довести, що з самої ідеї на світ може з'явитися нова газета, але тільки якщо є бажання та наполегливість.

При цьому потрібно знайти однодумців, визначити основні пріоритети та організувати роботу редакційної колегії.

Від того, яким буде фінансове забезпечення, залежить редакційна політика і саме видання, а також особливості функціонування, періодичність, масштаби за розповсюдженням та багато інших факторів, які впливають на формування повноцінного періодичного видання. Як правило, хто оплачує, той і контролює публікації, тобто в такому випадку потрібно лобювати інтереси мецената.

Одним із способів отримання коштів для створення газети є участь у різних конкурсах. Проте такі шляхи вирішення проблеми фінансування малоімовірні. Тому оптимальнішим варіантом є створення нового студентського видання у мережі. Як з'ясувалося під час дослідження, інтернет-газету можна створити безкоштовно. Це може бути не зовсім привабливий на вигляд сайт, однак його безумовними перевагами будуть легкість створення та зручна панель управління. Як один з варіантів, ми пропонуємо звернутися до студентів, які навчаються на спеціальностях, пов'язаних із створенням сайтів. У такому випадку інтернет-газета може бути незалежною не тільки від меценатів, але і від обов'язкової реклами, але при цьому варто обирати безкоштовний хостинг.

### **3. 4. 2. Особливості функціонування майбутньої газети.**

#### **Створення рекламної кампанії**

З огляду на те, що кількість зацікавлених читачів залежатиме від створеного видавцями образу, варто про нього подбати. Імідж періодичного видання, на думку С. Гуревича, це образ, який складається у читача про характер, точки зору, які публікують, особливості змісту та функціонування, оформлення та інше [30]. Певним чином він створюється завдяки редакційній політиці газети. Формується доволі довгий час, але саме завдяки йому з'являється конкурентоспроможність. Безперечно, майбутній імідж є в моделі, яку збираються використовувати, обираючи систему публікацій, тематичні рубрики і жанрові особливості. Важливими на нашу думку є системність та композиція публікацій, оскільки через невдалу організацію подання матеріалів та відсутність того, що може зацікавити читачів, їх можна втратити.

На інформаційному ринку, як ми знаємо, дуже часто використовують термін – бренд, який об'єднує поняття іміджу періодичного видання і його торгової марки. На ринку студентської періодики існує зовсім небагато видань, які можна назвати брендовими. Багато редакційних колективів студентських газет не займаються іміджем свого видання. Усім достатньо того, що воно функціонує.

Звичайно, чи не найважливішою є назва газети, адже перше враження залежить від неї. Вона і є товарним знаком, який виокремлює серед інших видань. При виборі й реєстрації назви для нового видання, як стверджує С. Гуревич, не варто повторювати ту, що вже колись була чи є зараз, оскільки це може стати причиною плутанини [30]. Звичайно, у ній повинна бути своя значеннева оригінальність, яка вказує на аудиторію та зміст публікацій. Оскільки видання студентське, вважаємо, що у назві може бути провокація та двозначність. Важливо, щоб вона не була дуже офіційною, адже це не

сприятиме збільшенню журналістів та читачів. Знайти точну і виразну назву – означає ще раз закріпити свої позиції на ринку періодики.

Багато у функціонуванні видання залежить від особливостей редакційної політики, один із напрямів редакційного менеджменту пов'язаний зі зміцненням зв'язків періодичного видання з його аудиторією [32]. Без таких зв'язків, як ми вважаємо, газета залишається у своєрідному інформаційному вакуумі. Відсутність інформації про реакцію читачів на опубліковані матеріали певним чином звужують можливості редакційного колективу студентів. Звісно, в інтернет-виданні позитивним є те, що існує зворотний зв'язок. Навіть великий редакційний колектив не в змозі постійно публікувати у своєму виданні всесторонні актуальні матеріали про події, які відбуваються. Насправді у складі редакційного активу можуть бути інформатори, консультанти, і у випадку інтернет-видання всі вони – потенційні автори, оскільки дописувачем може стати кожен охочий.

Штатних кореспондентів у редакціях невеликих місцевих видань немає, тому вони формують мережу позаштатних журналістів, а точніше сказати – грамотних ініціативних людей, які пишуть статті. На наш погляд, таким чином може працювати й студентське видання, тільки існує різниця між дописувачами у звичайних та студентських газетах: дописувачі місцевих видань займаються цим, бо їм просто хочеться писати статті, а от більшість студентів зацікавлені у тому, щоб навчитися і попрактикуватися.

Тому багато студентів вже створили свої блоги в інтернеті, де публікують приватні записи зі своїми міркуваннями, коментарями. Б. Потятинник наголошує, що зараз реєструють багато блогів, більшість з яких не має нічого спільного із журналістикою [126], хоча це питання досить суперечливе, бо деякі дослідники, ми знаємо, стверджують протилежне. Блог як особливий тип студентської журналістики, стверджує Ю. Чекальова, має право на існування, але в плані професійності цьому типу далеко до професійних ЗМІ, принаймні поки що [182].

Студенти гуманітарних спеціальностей, як відомо, теж ведуть свої блоги. Це означає, що вони мають доступ до інтернету, а отже могли б дублювати статті й в інтернет-газеті. Найважливіша причина, чому їм вигідно

це робити, дуже проста – вважається, що у блогах часто публікують свої статті аматори. Погоджуємося з Ю. Кохан, яка впевнена, що більшість блогів цікаві тільки невеликій групі людей, які знайомі з автором, або цікавляться його думками щодо певних подій [76]. Зазначимо, що блог одного користувача може переглядати тільки певне коло осіб, а в газеті, де публікується велика кількість людей, відповідно, інші читачі захочуть ознайомитися з матеріалами та прокоментувати їх. За таких обставин збільшується кількість читачів. Також можна після кожної публікації подавати посилання на першоджерело, тобто особистий блог того, хто публікується.

Вважаємо, що якщо у періодичному виданні замало ілюстрацій, фотознімків, можна оголосити конкурс на ліпший малюнок, карикатуру, фотографію тощо. У друкованих виданнях дуже часто не публікують усіх матеріалів, які надходять до редакції, через відсутність вільного місця на шпальтах, а в інтернет-виданні самі студенти зможуть ці матеріали завантажувати. Організація конкурсів допоможе редакції знайти вихід і при нестачі матеріалів на будь-яку тему. Певна річ, це саме та форма масової роботи, яку з найбільшою ефективністю використовують молодіжні видання.

Варто пам'ятати про листи читачів, адже редакційна пошта – одне із повноцінних джерел отримання нової інформації. Як стверджує С. Гуревич, читачам не потрібна періодика, яке не цікавиться їхньою думкою [32]. З нашої точки зору, можна зважати не тільки на листи, а й на коментарі читачів.

Без сумнівів, усі студентські видання, які існують, заслуговують на увагу, оскільки кожне з них особливе. Якщо в інших газетах і журналах публікують матеріали редакційного колективу, то ця інтернет-газета відрізнятиметься тим, що всі охочі студенти можуть стати дописувачами. Тобто газетними матеріалами керуватимуть самі студенти, а отже публікуватимуть те, що цікаве їм самим, а також побажання на майбутнє. Кожен журналіст вирішуватиме – публікувати матеріали під своїм справжнім іменем чи псевдонімом.

Після аналізу студентських видань було вирішено створити у «Студентській торбі» такі рубрики:

**Події. Що? Де? Коли? З ким? Чому?** Традиційна рубрика, яка є у кожній газеті. Інформація про те, що трапилося і що відбувається у студентському середовищі, тобто події, які стосуються самих студентів безпосередньо.

**Цікаві люди. Бачилися з такими?** Статті про особистостей, які можуть зацікавити таких реципієнтів.

**Мандрівки. Хотіли б кудись поїхати, щоб було весело і цікаво?** Студенти люди активні, якщо йдеться про якісь подорожі під час канікул чи на вихідних. Інформація про те, як відпочивалося і мандрувалося.

**Моя точка зору... Цікавитесь думками, які відрізняються від загальноприйнятих?** У цій рубриці публікуватимуться думки самих студентів. Тобто це своєрідний виклик авторів читачам, оскільки не всі зможуть погодитися з висловленим.

**Корисне для завчених. Ви чи ваші товариші, знайомі хочуть дізнатися як взяти участь у конференції чи отримати грант?** Інформація для студентів, які добре вчаться і хотіли б досягти успіхів у науковій діяльності.

**«Зарізані» статті. Чому ці статті не опублікували у студентській газеті ВНЗ?** Дуже часто від студентів-видавців можна почути, що їхні статті не опублікували через внутрішньоВНЗівську цензуру, змусивши верстати наново усі матеріали. Сюди студенти будуть завантажувати неопубліковані в інших газетах матеріали.

**Літературні сувої. З'явилося бажання почитати вірші та прозу колег-студентів?** У багатьох газетах є сторінка, на якій публікують творчість студентів. Зазвичай видавці не встигають публікувати усе, що надходить до редакції. Тут такої проблеми не буде, тільки повинен бути якісний відбір матеріалів.

**Розписана торба. Поганий настрій? Посміхніться!** Рубрика з гуморесками, анекдотами, фотокариатурами, такі рубрики теж є у багатьох газетах.

**Руханка.** **Хочете знати все про студентський спорт і студентів у спорті?** Не треба забувати і про спортсменів, адже у них теж є багато досягнень, а також студентів, які цікавляться спортом.

**Сторінка порад.** **Що робити, якщо...** У цій рубриці публікують статті-поради, у яких студенти зможуть знайти щось цікаве для себе.

Також до головної панелі меню було вирішено додати розділ «Бібліотека», у який завантажувати електронні варіанти книг, які потрібні студенту для навчання та дозвілля.

На нашу думку, коли в друкованому чи інтернет-виданні публікують найрізноманітніші матеріали з різними точками зору, є більша вірогідність того, що читач обов'язково прочитає наступний номер або повернеться за посиланням (додасть в закладки), якщо воно розташоване в мережі. Найширше висвітлення новин завжди більше подобалося читачам – вони не шукатимуть щось інше, якщо на сайті можна знайти інформацію про все, що може зацікавити.

Безперечно, без реклами періодичне видання так і залишиться ідеєю. Зазначимо, що створити рекламну кампанію не так складно, як здається на перший погляд. Чітка характеристика реципієнтів, визначені основні особливості редакційної політики, унікальної торговельної пропозиції допоможуть описати етапи реклами, написати ефективні рекламні тексти та слогани.

Втім, чи потрібна реклама друкованій газеті, видавці вирішують, зважаючи на типологічні фактори. Зауважмо, що видання в інтернеті обов'язково треба рекламувати, адже таким чином збільшується кількість дописувачів та читачів. Одразу після створення воно автоматично додається до пошуковиків (наприклад, таких як google), тому якщо користувач знає назву, зможе знайти адресу.

Ефективність реклами, на наш погляд, залежить від рекламодавця, рекламного агенства та засобів поширення реклами. У цьому випадку редакційній колегії доводиться бути у ролі і рекламодавця, і рекламного агенства, щоб створити та розробити рекламну продукцію. Потрібно переконати потенційного читача у тому, що це видання і справді унікальне.

Також при організації рекламної діяльності, як стверджує В. Ворошилов, потрібно зважати на стадію життєвого циклу товару на ринку [21]. Запропонувати читачам те, від чого вони не зможуть відмовитися, радить С. Андрійшина, наприклад це можуть бути безкоштовні оголошення та привітання в газеті [1].

Зазначимо, що у всіх випадках створення реклами студентської газети варто пам'ятати про пору року, оскільки є періоди здачі іспитів, під час яких студенти не цікавляться нічим, окрім навчання, а влітку більшість відпочиває, хоча теж часто заходять в інтернет. Тому потрібно зважати на так звані фактори сезонності та очікуваності певних кон'юнктурних змін.

Що стосується «ефективності», то цей термін вказує на поняття впливу рекламного матеріалу на читача. Ще на початку минулого століття М. Мануйлов доводив, що результативність торгової реклами характеризується числом споживачів, зацікавлених рекламою, ефективністю психологічного впливу і економічними результатами [21]. Звичайно, можна використати будь-який із методів, щоб дізнатися, яким чином впливатиме реклама на реципієнтів, але постає питання, чи потрібно це робити для реклами студентської газети. Вважаємо, що не варто, адже наскільки ефективна реклама і чи допомагає вона, можна побачити, спостерігаючи з якою успішністю функціонує видання. Кількість публікацій студентів, рейтинги статей та кількість коментарів можуть показати, чи реклама якісна, чи потрібно змінювати стратегію. Тобто результативність реклами в інтернет-виданні буде добре видно і без додаткових опитувань.

Креативні прийоми у розробленні рекламної концепції товару в своїй основі мають теоретичні моделі – стверджує Т. Примак. До таких моделей належать: теорія неспростовних фактів; теорія унікальної торговельної пропозиції; теорія позиціонування [127].

Відомо, що унікальна торговельна пропозиція газети «Студентська торба» полягатиме у тому, щоб висловлювати власні думки у статтях та коментарях, оскільки дозволено користуватися псевдонімами, а приватні дані зареєстрованого учасника не розголошуватимуться. Також незвичним інтернет-видання робить рубрика «Зарізані» статті», у якій всі охочі зможуть

завантажувати публікації, що так і не видали в інших газетах. Цим виданням керуватимуть студенти – вони писатимуть та завантажуватимуть статті, які цікаві їм та їхнім товаришам. Напевно, найосновніша особливість – національне спрямування інтернет-видання. У ньому планується в опублікованих матеріалах популяризувати українське, наприклад: фестивалі, музичні гурти, особливі події, презентації українських книг та інше.

Щодо цінового позиціонування – інтернет-газета безкоштовна, потрібен лише доступ до мережі. Звісно, також варто підкреслювати простоту і зручність використання, надійність і що найважливіше – відкритість до співпраці.

Для створення повноцінної рекламної кампанії треба обрати види рекламних каналів та засоби розповсюдження інформації, а також їхнє співвідношення [18]. До каналів, які нами використовуватимуться, належить інтернет (засоби – реклама у соціальних мережах, банери, посилання чи кнопки на інших сайтах, що розміщені за взаємною згодою) та друківана реклама (засоби – листівки, плакати). На наш погляд, останній канал може бути не вигідним фінансово та не зовсім ефективним, оскільки за поданим посиланням в інтернеті зможуть піти, а спеціально вписувати адресу сайту ніхто не захоче, також багато студентів часто не перечитує листівки, одразу ж позбуваючись їх.

Звичайно, якщо зацікавити журналістів та читачів, то вони теж несвідомо долучатимуться до рекламування інтернет-газети. На наш погляд, цей метод (чи правильніше сказати, канал) варто назвати саморекламою, адже якщо комусь зі студентів сподобається інформація, опублікована у виданні, то він поспішатиме розповісти про нього товаришам, даючи посилання. Журналісти, опублікувавши свої матеріали, розповідатимуть про це своїм знайомим. Це схоже на певну ланцюгову реакцію, але основною умовою є актуальна та цікава для аудиторії публіцистика. Як відомо з рекламної статистики, ментальність українців така, що вони скоріше повірять сусідам, ніж рекламі. Цей канал у нашій країні найпотужніший, тому, скоріше за все, потрібно намагатися зацікавити читачів статтями, а вони самі розрекламують газету.

Визначивши канали і засоби, готується рекламне звернення – формулюється заголовок, складається текст. При цьому важливим є текст, що розміщений на сайті у розділі «Про видання». Пропонуємо такий варіант:

*Сайт створено для студентів, які цікавляться усім та усіма, беруть активну участь у студентському житті. На цих електронних сторінках кожен може стати дописувачем і висловлювати свої міркування щодо певних подій. Усім охочим дозволено публікувати свої статті та коментарі під псевдонімами.*

*Ми відкриті для усіх, кому є що сказати.*

*© Редакція не завжди поділяє думку авторів. За точність фактів в опублікованих матеріалах відповідальний автор. Щоб уникнути непорозумінь, матеріали публікуємо в авторській редакції.*

Певна річ, варто використовувати і слогани, адже саме декілька слів може змусити шукати це видання. Важливо, щоб пропоновані тексти та слогани зацікавили реципієнтів. Для рекламування «Студентської торби» написані такі слогани:

- Талановитий журналіст? Допитливий студент? Тоді тобі сюди!*
- Студентська торба – тут можуть бути твої думки!*
- Студенте, а ти готовий сказати, що думаєш?!*
- Блог – ознака аматорства. Майбутні професіонали тут!*

Нами складені рекламні дії з декількох етапів. Перший – підготовчий. На ньому ми провели інформаційно-аналітичні дослідження (опитування), які допомагають дізнатися уподобання потенційних читачів. Це не обов'язково, але завдяки цьому вдалося дізнатися, про що хотіли б почитати реципієнти, які рубрики можуть мати особливу популярність. Другий етап варто розпочати з особистих звертань до потенційних дописувачів видання (так зване директ мейл). Вони можуть бути усними чи письмовими (інформаційними листами, наприклад) [18]. Таким чином редакційний колектив може збільшитися. Студенти-журналісти почнуть публікувати свої статті. На третьому етапі варто починати рекламування інтернет-газети для читачів, використовуючи фінансово вигідний канал, оскільки вже є публікації, якими можна зацікавити читачів і нових дописувачів видання.

Інтенсивне інформування усіх студентів про газету. На цьому етапі також активніше використовувати слогани. Четвертий етап – це, без сумнівів, продовження рекламування видання для підтримки іміджу.

Оскільки періодичне видання створено безкоштовно, рекламу теж можна спробувати зробити безоплатною, адже вона може бути ефективною. Вважаємо, що підсумовувати та робити висновки щодо ефективності реклами треба по кількості завантажених, перечитаних та прокоментованих публікацій, також спостерігаючи наскільки збільшилося дописувачів та читачів у студентському виданні.

Отже, охарактеризувавши потенційну аудиторію та організувавши опитування, нами було визначено особливості майбутнього видання та його редакційну політику – продумано функціонування, назву, автуру, тематичне та жанрове спрямування публікацій.

Одним зі способів вирішення проблеми залучення читачів є реклама видання. Чітка характеристика реципієнтів, визначені основні особливості редакційної політики, унікальної торговельної пропозиції допомогли описати етапи реклами, написати рекламні тексти та слогани.

## Висновки до розділу

Основними проблемами розвитку сучасної студентської періодики є: проблеми свободи слова, фінансування, тематики статей та читання, можливості створення нового видання. Усі вони, на наш погляд, пов'язані між собою та саме від них залежить, як функціонує періодичне видання.

Читачам може здаватися, що у студентській періодиці публікують матеріали лише з розважальною тематикою. Проте, дослідивши ці видання, нами зроблено висновки, що ілюзію відсутності проблем у студентському житті створено за допомогою яскравого оформлення, експресивних заголовків та відповідних ілюстрацій. Такі прийоми використовуються задля заохочення до читання студентів. Проаналізувавши періодику для студентів, можемо стверджувати, що поряд з розважальною інформацією опубліковані статті, в яких звернено увагу на найбільші проблеми сучасної молоді та закликається змінити життя і подумати про майбутнє. Як нам відомо, читачі хочуть отримувати максимум інформації з мінімуму тексту, тому якщо, на їхню думку, стаття дуже велика, вони її не читатимуть. Навіть деякі студенти, які належали до редакційних колективів, не читали газети, які видавали (див. рис. 12), проте більшість все ж зацікавлена в написаному, як описано в опитуванні. Це залежить від тематичного наповнення, адже якщо публікації цікаві, то їх неодмінно прочитають. Як показує проведене нами опитування, студентів найбільше цікавить (див. рис. 13) те, що відбувається у навчальному закладі, вони почитали б про викладачів та інших студентів, журналістські розслідування.

Деколи між реальністю та інформацією, яку змушені подавати журналісти, є суттєві відмінності. Внаслідок того, що навчальні заклади надають кошти на періодичні видання, вони диктують умови для редакційної колегії, іноді зловживаючи можливостями. Вважаємо, що студентська

періодика – важіль впливу студентів, який може їх захистити за допомогою журналістських розслідувань. Але критичні матеріали навчального закладу чи працівників не завжди підтримуються керівництвом вищого закладу освіти. Більше половини студентів, які випускали газети та журнали, стверджують, що була цензура матеріалів, які подавали до друку (див. рис. 14). Натомість багато читачів не знає, що така проблема існує, отже і не здогадуються про те, що статті, які могли б їх зацікавити, не опубліковані. Все ж прогнози на майбутнє в опитаних досить оптимістичні (див. рис. 15).

Фінансування пов'язане зі свободою слова та особливостями роботи редакційного колективу. Деякі редакції намагаються знайти кошти, сподіваючись виграти грант, інші – шукають меценатів чи домовляються з навчальним закладом. Як нам відомо, є такі, що намагаються комбінувати джерела надходження грошей – публікують рекламу, продають примірники, шукають спонсорів, звичайно, заробітної плати студенти за свою роботу не отримують (це можливе лише в офіційних та незалежних виданнях). Понад 70 % опитаних видавців написали про те, що їхні періодичні видання фінансував навчальний заклад (див. рис. 16), і лише майже 20 % з них стверджували, що не було проблем з фінансуванням (див. рис. 17), а це свідчить про те, що студентські видання дуже залежні від керівництва навчальних закладів. Дослідники вважають, що один зі шляхів розвитку студентської періодики – ставати комерційною, але, на наш погляд, за таких умов періодичне студентське видання повинне конкурувати на рівні з професійними, що не завжди можливо. Зазначимо, що ще один спосіб отримати кошти – публікувати рекламу, але цього не робили майже 60 % опитаних видавців (див. рис. 18), що, можливо, пов'язане з відсутністю офіційної реєстрації.

Якщо виникає питання створення видання (друкованого чи інтернет-газети), одразу ж варто говорити і про пошуки коштів. Оскільки не завжди можна знайти потрібну суму на періодичне студентське видання, варто спробувати його створити в інтернеті. Як ми виявили, це можна зробити без

фінансування. Для цього достатньо мати – редакційний колектив, ентузіазм та комп'ютерну техніку з доступом в мережу. Нами було досліджено, що існує два способи створення періодичного інтернет-видання: один з них – послуга фірм; інший – ініціатива студентів, які зможуть створити сайт. Однак ці способи, як правило, не гарантують якості та швидкості роботи.

Щоб створити видання, нам необхідно було визначити його особливості – описати типових реципієнтів і визначити, чим може цікавитися та захоплюватися ця статево-вікова група. Дослідивши особливості та уподобання потенційної аудиторії, ми визначили тематику та жанри майбутніх публікацій, а також редакційну політику загалом. Продумали особливості функціонування майбутнього видання: назву, художньо-технічне оформлення, редакційну політику, а також унікальну торговельну пропозицію. Описали особливості реклами, адже без неї інтернет-видання залишатиметься неактивним.

Підсумовуючи усе, можемо сказати, що студенти намагаються вирішувати проблеми, які існують. Ймовірно цьому частково зможе допомогти науково-технічний прогрес.

## Висновки

Студентів серед населення невеликий відсоток, але їхні впливи в історичному розвитку на доленосні події для держави завдяки надзвичайній організованості та мобільності були і є дуже великими. Від самого створення та початків розвитку студентської періодики вони використовували газети для публікування власних думок щодо подій, які траплялися, також пропагували ідеї, здебільшого, в основі яких був не тільки захист етнографії української нації, але й бажання політичної незалежності України та боротьба за неї.

Багато дослідників вивчали та аналізували історію студентської періодики з точки зору суспільно-політичних особливостей, але що стосується сучасного стану періодичних видань для студентів, то варто сказати про невелику кількість наукових джерел.

У пресі завжди віддзеркалювалися події, які відбувалися у суспільстві, суспільно-політичні умови впливали на стан періодики та умови її розвитку. Через тодішні події, українська студентська молодь все більше гуртувалася, щоб висловити свої думки та подискутувати про питання, які хвилювали. Навіть І. Франко звернув увагу на зміни серед студентської молоді і писав, що замість байдужості та цинічної скептичності поширювалися серйозні ідеї. Основними причинами виникнення студентської періодики було бажання висловитися та самоствердитися. Такі прагнення особливо гостро постали у другій половині XIX ст.

Розглянувши історію студентської періодики, її розвиток було умовно поділено нами на чотири періоди:

- перший – з другої половини XIX ст. до 1914 р.;
- другий – з 1914 р. до 1945 р.;
- третій – з 1945 р. до 1991 р.;

– четвертий – з проголошення незалежності по цей час.

Виникнення студентської преси дослідники датують 1874 р., коли випустили перший номер студентського тижневика «Другъ». Хоча студентські часописи видавали і раніше: в Києві у 50-х роках (1854 – 1856 рр.) виходило «Самостійне слово», а у Харкові в той самий час діяв «Пасквільний комітет», учасники якого видавали стінні газети і розвішували їх по місті. У Києві в 1863 – 1864 рр. існував також гумористичний студентський часопис «Помийниця». Можемо припустити, що студентська періодика з'явилася одночасно в декількох містах. До 1914 р. тривав період, під час якого зароджувалася та розвивалася студентська преса. Тоді, зрозуміло, до її випуску були причетні студенти. В більшості випадків це були часописи молодіжних чи студентських організацій.

Упродовж другого етапу студенти продовжували випускати періодичні видання у несприятливих політичних умовах. Попри це кількість активних українських студентів у Західній Україні помітно збільшилася. Це позитивно вплинуло на розвиток студентської преси. В інших політичних умовах функціонувала преса Наддніпрянської України: на цих територіях уже діяла радянська влада і встановлювала свої правила випуску періодичних видань, серед яких були і студентські. В ці десятиліття зародилася преса закордонних українських студентських організацій, зокрема, у Варшаві, Відні, Празі, Берліні. Українські студенти заснували журнали також у США, Аргентині, Канаді та Австралії.

Третій, радянський, період в історії розвитку та функціонування студентських газет, як ми вважаємо, розпочався у 1945 р. і тривав до здобуття Україною незалежності. Видання, які фінансував і контролював уряд, практично не відрізнялися одне від одного – здебільшого публікували статті агітаційного характеру, писали про досягнення студентів та партії. Натомість студенти, які не хотіли підпорядковуватися системі, створювали та поширювали самвидави. Займаючись самвидавною періодикою, вони ризикували, оскільки через таке могли вигнати з вищого навчального

закладу. За кордоном студентські організації продовжували видавати свою пресу і, маючи можливість вільно публікувати свої думки, писали про бажання бачити Україну незалежною державою.

Четвертий період розпочався з проголошенням незалежності студентської періодики. Відтоді почали відбуватися докорінні зміни в умовах її існування. Багато періодичних видань не витримували конкуренції та нових ринкових умов, тому припиняли своє існування. В 90-х роках стан студентської періодики був досить складним, трохи поліпшився у наступному десятилітті – активніше почали видавати друковані газети та журнали. Обговорюючи перспективи на майбутнє, варто сказати про динамічний розвиток друкованих та інтернет-видань.

Проаналізовані нами історичні процеси, їхня порівняльна характеристика, дає підстави сказати про те, що у різних історичних умовах були спільні та відмінні риси функціонування студентської періодики. З досліджень видно, що раніше в більшості випадків пресу видавала молодь, яка навчалася у вищих закладах освіти і хотіла висловити власні міркування, а тепер студенти гуманітарних спеціальностей у газетах здобувають практичний досвід. Хоча зараз теж є немало студентів природничих та технічних спеціальностей, які видають газети.

З огляду на те, що студентів завжди цікавило все, що відбувається навколо них, вони прагнули отримати практичний досвід у видавничому процесі, висловити свої думки, самоствердитися. Упродовж всього періоду існування у цієї періодики були проблеми. Насправді існують вони і сьогодні – це проблема фінансування, свободи слова, створення нового друкованого видання.

До проголошення незалежності публікаційним матеріалам студентських періодичних видань була притаманна ідеологія. Знаємо, що протягом перших двох періодів – пропаганда українських цінностей та державницькі ідеї незалежної України. У радянські часи в офіційній пресі пропагувалися радянські цінності, а національні ідеї студенти висловлювали

у пресі закордонних осередків, в Україні це відбувалося підпільно в самвидавних газетах. Після проголошення незалежності змінювалася система управління офіційними виданнями, вони ставали незалежними від держави, а отже починали функціонувати у ринкових умовах. На наш погляд, це вплинуло на зміну редакційної політики видань. Контент більшості з них набув розважального характеру. Водночас зникла і культура мови у студентській публіцистиці, через що виникла у сучасній періодиці мовностилістична проблема.

Аналіз показав, що існують різні класифікації, запропоновані дослідниками студентської періодики, але немає типології, яка б охоплювала всі її особливості. Про цю періодику не згадано в державних стандартах України. Узагальнивши наукові дослідження у галузі типології та дослідивши масив студентської періодики, пропонуємо класифікацію функціонування студентського друкованого пресовидання та періодики в інтернеті.

На нашу думку, студентські періодичні видання можна поділяти на друковані (газети, журнали) та періодичні видання в інтернеті (інтернет-видання (сайти) та електронні видання різних форматів, опубліковані на сайтах). Зважаючи на те, що електронні видання практично є аналогами друкованих, у своєму дослідженні ми розглядали та детально аналізували інтернет-видання як протиставлення друкованим. Оскільки студентська преса має свої особливості, пропонуємо таку класифікацію друкованих газет та журналів:

- офіційні видання вищих навчальних закладів;
- неофіційні видання ВНЗ;
- незалежні видання;
- видання студентських організацій;
- стінгазети.

Існує багато переваг та недоліків у друкованій та інтернет-пресі, та все ж переваг в мережі більше, тому студенти останніми роками її активно використовують. Інтернет-видання ми класифікували на:

- офіційні сайти ВНЗ;
- неофіційні сайти ВНЗ;
- інтернет-газети студентських організацій;
- незалежні інтернет-газети.

Також студентські періодичні видання поділяємо за типом фінансування (бюджетні, за благодійні спонсорські вклади та гранти, з комбінованим фінансуванням), за розповсюдженням (обласні, міські, ВНЗівські, факультетські) та за періодичністю (щотижневі, двотижневі, щомісячні, продовжувані).

Успіх сучасного видання, як ми вважаємо, залежить значною мірою від структури, дизайнерського оформлення та мовностилістичних особливостей. Студенти намагаються дотримуватися загальноприйнятих правил структури у своїх періодичних виданнях. Випускаючи друковану пресу, вони використовують створену ними композицію, яка об'єднує всі номери спільними ознаками, при цьому іноді роблять помилки, які ускладнюють користування. Як правило, у студентській пресі використовуються такі рубрики: новини; власні думки про певні проблеми; інтерв'ю; пізнавальна інформація; літературні доробки (студентів або відомих авторів); психологічні тренінги, корисні поради; рекламні оголошення; конкурси; анонси; гороскоп; фотоколаж; оголошення та реклама.

Студентських інтернет-газет не так багато, як друкованих газет та журналів, але композиція для них теж важлива. Насправді вони орієнтовані на соціально активних студентів, які проводять свій час в мережі. Дослідження показало, що існують такі недоліки студентських інтернет-видань: низька інтерактивність, не повне використання мультимедійних можливостей, не зручна у користуванні структура, тощо. Аналіз дає можливість визначити такі основні рубрики: головна (сторінка); новини; бібліотека; пізнавальна інформація; молодіжна політика; діяльність молодіжних організацій; соціальна підтримка, соціальна інформація; освіта, наука, професія; дозвілля; культура; корисні сайти; архів; здоров'я і спорт; блоги; фоторепортажі;

оголошення; форум; контакти. Такі переліки свідчать про те, що як і в друкованій пресі, так і на студентських сайтах, є рубрики присвячені навчанню, практичному досвіду, рубрики з соціальною інформацією.

Що стосується студентської публіцистики, то основні особливості мовного стилю – це емоційність та динамічність. Студенти використовують у публікаціях різну лексику (молодіжний сленг, варваризми, терміни і навіть цитати латинською мовою, тощо). Винятком можуть бути тільки офіційні видання вищих навчальних закладів, а також ті, які цензурує керівництво (наприклад, неофіційні газети та журнали, видання студентських організацій навчального закладу). Мовностилістичність періодичного видання зазвичай залежить від редакційного колективу та авторів статей. Використовуються прийоми гострого сарказму та висміювання усього, що на думку авторів виглядає недолугим, незграбним чи недоречним. Публікуються чимало статей, які містять аналітику та нецензуровані думки студентів. Саме стиль авторських публікацій виокремлює студентські періодичні видання серед іншої періодики.

Незвична лексика, відвертість текстів спонукають студентів-видавців до доповнення цих лінгвостилістичних особливостей, які притаманні лише їхній періодиці, художньо-технічним оформленням. Дизайнерські елементи іноді такі ж епатажні чи незвичні як і опублікований текст. Формати видань використовуються найрізноманітніші.

Проведені дослідження показали, що у більшості студентських видань художньо-технічне оформлення дуже яскраве і нестандартне, навіть якщо газети чорно-білі, студенти знаходять можливість підверстати певні графічні елементи (у тому числі велику кількість ілюстрацій), які привертають увагу. Багато підліткових періодичних видань перенасичені графічними елементами, такими ж виглядають і деякі видання студентів.

Поділивши пресу за насиченістю художньо-графічними елементами та якістю поліграфічного виконання, ми зробили висновки, що можна виокремити три групи таких видань:

- повністю багатоколірні, перенасичені ілюстративними матеріалами, випущені великими накладками;
- частково багатоколірні або чорно-білі, на якісному папері з цікавими графічними елементами та ілюстраціями, наклади суттєво менші, ніж в попередньої групи;
- чорно-білі видання, у деяких з них наявні креативні художньо-технічні особливості, випущені маленькими накладками.

Аналіз показав, що найчастіше під час верстання газетних матеріалів студенти-видавці: не дотримуються правил верстки зображень; не дотримуються правил верстки текстів; складають тексти занадто малим або різними кеглями; обирають несумісні кольори для оформлення шпальти та тексту.

Як правило, виокремлено елементи, які могли б бути цікаві читачам та доповнюють матеріали незвичним оформленням. Це не завжди вдається зробити якісно та професійно, адже деякі газети заверстані в непризначеному для цього програмному забезпеченні.

Серед студентських друкованих періодичних видань можемо побачити художньо-технічне оформлення та поліграфічне виконання різної якості, але варто зауважити, що видавці можуть зробити цікавий креативний дизайн навіть при невеликій кількості коштів чи їхній відсутності. У верстці є чимало помилок, але треба зважати на те, що студенти у таких виданнях вчаться працювати технічними редакторами.

Важливим є дизайн і на студентських інтернет-газетах, оскільки саме він може привернути увагу читача до опублікованих матеріалів. На наш погляд, основні помилки періодичних видань в інтернеті такі: на багатьох сайтах використовують нейтральний дизайн зі стандартними кольорами і візуальним оформленням; не завжди уникають сполучення тексту, графіки та фону з подібною насиченістю кольорів; використовують занадто темні фони. Допускаючи ці помилки, редакція ризикує тим, що видання не буде

впізнаваним і не відрізнятиметься від інших подібних сайтів, або буде незручним у користуванні.

Важливими залишаються кольори та їхнє поєднання, фон сайту, графічні елементи, а також їхня сумісність з завантаженими ілюстраціями та фотографіями і при цьому усьому читабельність тексту. Дослідження показують, що студентських інтернет-видань ще не багато, вони тільки з'являються, але, скоріше за все, у найближчий час може відбутися збільшення кількості та їхній стрімкий розвиток.

У дисертаційній роботі визначено основні проблеми студентської періодики та запропоновано шляхи їхніх вирішень. До таких проблем належать: проблема читання та взаємозалежності тематики опублікованих статей, свобода слова, фінансування, а також проблема створення нового студентського видання.

Для того, щоб дізнатися, що саме думають студенти про періодику, яку для них видають, нами було організоване опитування, у якому взяли участь 340 студентів різних вищих навчальних закладів. Респонденти відповідали на запитання, які стосуються вище перелічених проблем. На підставі отриманих даних у нас була можливість робити висновки про їхні уподобання та обізнаність.

Очевидно, більшості читачів може здаватися, що опубліковані у студентських періодичних виданнях матеріали містять лише розважальну інформацію. Яскраве художньо-технічне оформлення та експресивні заголовки, велика кількість ілюстрацій створюють ілюзію відсутності проблем. В результаті наших досліджень, виявилось, що студенти не люблять, коли їх контролюють чи повчають, попри те, у статтях вони звертають увагу на найбільші проблеми сучасної молоді, закликають змінити життя, подумати про майбутнє, дають поради. З огляду на те, що більше 80 % опитаних студентів читають періодику, яку для них видають, можемо стверджувати, що читачам подобається пропонований видавцями контент та дизайн.

Доволі часто навчальні заклади фінансують періодичні видання студентів, що, як ми знаємо, призводить до створення відповідної редакційної політики. Свобода слова, на нашу думку, у студентській періодиці важлива, оскільки саме вона є важелем впливу та може допомогти боротися з незаконними діями, наприклад керівників чи працівників навчального закладу. Як бачимо, проблеми свободи слова та фінансування тісно взаємопов'язані.

Матеріальне забезпечення періодичного видання дуже важлива умова функціонування. Фізичні чи юридичні особи, які фінансують випуски, можуть «надиктовувати» теми та матеріали для публікацій. Підсумовуючи результати опитування та дослідження проблеми фінансування, нами зроблено висновки, що деякі редакції сподіваються виграти грант, інші – шукають меценатів чи домовляються з навчальним закладом. Також є редакції, що намагаються комбінувати джерела надходження грошей – публікують рекламу, продають примірники, шукають спонсорів. Звичайно, навіть за умов отримання коштів на газету, заробітної плати студенти не мають (це можливе лише в незалежних та офіційних виданнях). Дослідники вважають, що перспективні шляхи розвитку студентської періодики – ставати комерційною, але, зазначимо, за таких умов вона повинна конкурувати на рівні з професійною, що не завжди можливо, бо у більшості випадків на випусканні цих видань просто вчаться створювати інформаційний продукт.

Проблема фінансування, на наш погляд, існуватиме доти, поки не стане зрозуміло, що це може бути прибутковою справою. Наприклад, розміщена реклама буде користуватися попитом, адже студенти одна із найактивніших соціальних груп. Також керівники вищих закладів освіти можуть погодитися на надання коштів для газети з критичними матеріалами, адже в такому випадку вони матимуть можливість вчасно відреагувати відповідними заявами та діями.

В результаті наших досліджень стало зрозуміло, що студентську газету можна створити без коштів, але для цього необхідно мати редакційний колектив. Підсумовуючи наше експериментальне дослідження, у дисертаційній роботі ми описали процес створення видання на прикладі «Студентської торби». Для цього створили редакційний колектив, план дій, за допомогою якого організується робота, визначили особливості майбутньої газети. Від фінансового забезпечення, як відомо, може залежати редакційна політика та особливості функціонування, періодичність, розповсюдження та інші фактори. Найоптимальнішим був варіант створення нового видання в інтернеті, оскільки, як з'ясувалося, там це можна зробити безплатно. Як альтернатива – безкоштовні ресурси для створення сайтів. Вагомий недолік полягає у тому, що на таких сайтах переважно присутня велика кількість непотрібної реклами. Шукаючи інші способи створення інтернет-газети, було залучено студента, який вміє створювати сайти і готовий це зробити заради власного портфолію та досвіду роботи. Звісно, при цьому варто обирати безкоштовний хостинг. Недолік полягає у тому, що при залученні студентів не варто сподіватися на якісну та швидко зроблену роботу.

Проведене опитування та розроблена нами характеристика потенційної аудиторії та її зацікавлень допомогла визначити особливості та редакційну політику майбутнього видання. На наш погляд, унікальною торговельною пропозицією варто обрати патріотичне виховання та ненав'язливе пропагування національних цінностей у публікаціях з метою відновлення ідеології в сучасній студентській періодиці.

Новостворене інтернет-видання потрібно рекламувати, адже без промоції воно може залишитися неактивним. У роботі описані дії, які варто зробити при рекламуванні студентського видання. Звісно, якщо опубліковані матеріали будуть подобатися студентам, тоді вони теж долучатимуться до рекламування, поширюючи посилання на публікації серед друзів та знайомих. Вважаємо, що оригінальні тексти на цікаві теми з корисною

інформацією, нетиповий дизайн, привертатиме увагу студентів та спонукатиме їхнє залучення до процесу і читачів, і видавців. На підставі отриманих даних та зроблених висновків, ми можемо стверджувати, що створити нове студентське періодичне видання насправді не важко, достатньо мати бажання це зробити.

Студентська періодика розвивається, деякі проблеми, які завжди були у цій періодиці, можуть вирішитися завдяки науково-технічному прогресу, але і тепер вона така ж залежна від суспільно-політичних подій, як і під час свого виникнення та розвитку.

## Список використаної літератури:

1. Андріїшина С. Ю. Піар студентських ЗМІ як чинник формування практичних навичок професійного журналіста // С. Ю. Андріїшина; Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку ; Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя: Дніпровський металург, 2008. – С. 84 – 86.
2. Артамонова І. М. Інтернет як специфічний тип мас-медійного тексту (на матеріалах українського сектору мережі)/ І. М. Артамонова // Вісник СумДУ. – 2007. – № 2. – С. 5 – 9. – (Серія: Філологія).
3. Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя : Дніпровський металург, 2008. – 152 с.
4. Барон Н. С. Чому читання паперових книг краще для нашого розуму, ніж електронних [Електронний ресурс] // Н. С. Барон; UAINFO. – Режим доступу : <http://uainfo.org/blognews/480773-chomu-chitannya-paperovih-knig-krasche-dlya-nashogo-rozumu-nzh-elektronnih.html> (дата звернення 10.02.2015).
5. Безугла Л. Композиційні види верстки // Л. Безугла ; Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2011» ЗНУ : Запоріжжя, 2011. – С. 203 – 206.
6. Бердышев С. Н. Искусство оформления сайта. Практическое пособие / С. Н. Бердышев. – М. : Дашков и Ко, 2010. – С. 148.
7. Боготоба С. О. Інтернет-проекти як новітні види студентських ЗМІ // С. О. Боготоба; Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2008. – № 5 (31). – С. 26 – 30.
8. Братина І. М. «Креденс» – спроба створення незалежного студентського видання [Електронний ресурс] / І. М. Братина. – Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2381> (дата звернення 3.09.2009).
9. Бурківська Л. Ю. Особливості ілюстративного оформлення сучасних мас-медіа (на матеріалі газети «Галичина») / Л. Ю. Бурківська, Ю. Л. Романишин, Х. Я. Бородайкевич // Держава та регіони. – 2012. – №3. – С.45-49. – (Серія: Соціальні комунікації).
10. Бушлаєва К. О., Сірінюк-Долгарьова К. Г. Основні теоретичні підходи до вивчення студентської преси у контексті дискурсу молодіжних ЗМІ // К. О. Бушлаєва, К. Г. Сірінюк-Долгарьова; Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2008. – № 5 (31). – С. 153 – 161.
11. Варивод Д. С. Мовна особистість авторів блогів записів // Д. С. Варивод; Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2008. – № 5 (31). – С. 35 – 38.
12. Васюта О. М. Проблеми розвитку сучасних молодіжних журнальних видань // О. М. Васюта; Тези доповідей Х Всеукраїнської наукової конференції студентів і молодих вчених «Молодь: освіта, наука, духовність»; Ч. 2. – К. : Університет «Україна», 2013 – С. 91 – 93.

13. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Кер. вид. проекту П. М. Мовчан, В. В. Німчук, В. Й. Клічак. – К. : Видавництво «Дніпро», 2009. – С. 563.
14. Великий тлумачний словник української мови / Уклад., і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2003. – 1440 с.
15. Вербовий Р. М. Дослідження елементів композиційно-графічного комплексу сучасного українського молодіжного журналу // Р. М. Вербовий // Наукові записки УАД. – Львів, 2012. – № 1. – С. 47 – 56.
16. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості. ДСТУ 7157:2010. – К. : Держстандарт України, 2010. – 20 с.
17. Видання. Основні види. ДСТУ 3017-95. – К. : Держстандарт України, 1996. – 47 с.
18. Владимирська А., Владимирський П. Реклама: Навч. посібн. [Текст] / А. Владимирська, П. Владимирський. – Київ, 2006.
19. Волкова В. В. Дизайн рекламы. – М. : Книжный дом «Университет», 1999. – 144 с.
20. Ворона А. Г. Візуальний складник періодичних видань [Електронний ресурс] / А. Г. Ворона. – Режим доступу : [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/is/2011\\_14/Vorona.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/is/2011_14/Vorona.pdf) (дата звернення 12.09.2014).
21. Ворошилов В. В. Маркетинговые коммуникации в журналистике. Конспект лекций / В. В. Ворошилов. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 1999. – 64 с.
22. Ганущак М. У туалет на екскурсію! // М. Ганущак; Сова. – 2005. – № 5. – С. 2.
23. Гатов В. Прямая речь: медиа-аналитик Василий Гатов [Електронний ресурс] // В. Гатов; Look at me. – Режим доступу : <http://www.lookatme.ru/flow/posts/media-radar/107679-kak-sozdat-svoe-smi> (дата звернення 20.01.2011).
24. Гвоздев В. М. Поняття «свобода преси»: визначення, зміст, структура [Електронний ресурс] // В. М. Гвоздев. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=54> (дата звернення 30.04.2014).
25. Георгієв Д. Режиссура газети / Д. Георгієв ; [пер. с болг. Э. М. Дурыгиной]. – М. : Мысль, 1979. – 260 с.
26. Герасименко М. Дизайн интернет-газеты: трансформация приоритетов [Електронний ресурс] / М. Герасименко. – Режим доступу : <http://www.dizainerby.narod.ru/article3>. (дата звернення 15.08.2013).
27. Грещук В. Роль Івана Франка у формуванні єдиної української літературної мови / Василь Грещук // Вісник Наукового товариства ім. Т. Шевченка. Чис. 2. - Івано-Франківськ : [б. в.], 2007. - С. 29-37.
28. Грозданов Ф. Т. Язык молодежных Интернет-газет : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Ф. Т. Грозданов. – М., 2007. – 155 с.
29. Гуменюк О. А. Центральний Союз Українського Студентства – провідна організація української студентської еміграції в культурно-освітній сфері [Електронний ресурс] // О. А. Гуменюк. – Режим доступу :

[http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Gileya/2011\\_45/Gileya45/I13\\_doc.pdf](http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2011_45/Gileya45/I13_doc.pdf)  
(дата звернення 17.12.2009).

30. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра / С. М. Гуревич. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 288 с.

31. Гуревич С. М. Основы научной организации журналистского труда / С. М. Гуревич. – М., 1987 – С. 30 – 290.

32. Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ : Учебн. пособие для вузов. [Текст] / С. М. Гуревич. – М. : Аспект Пресс, 2004.

33. Данекіна Ю. Функції розділових засобів газетної графіки / Ю. Данекіна // Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука – 2013». – Т. 1. – 2013. – С. 87 – 90.

34. Дизайн периодических изданий : учеб. пособ. для студ. ф-тов и отделений журналистики под редакцией проф. Э. А. Лазаревич. – М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, ф-т журналистики, 2000. – С. 10.

35. Дітковська А. П. Проблеми фінансового забезпечення студентських ЗМІ (на прикладі стінгазети «Стоп Кадр») // А. П. Дітковська; Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку ; Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя: Дніпровський металург, 2008. – С. 94 – 96.

36. Довгаль А. Є. Молодіжний сленг: щодо проблеми класифікації сленгізмів // А. Є. Довгаль; «Управління розвитком». – 2011. – № 13 (110). – С. 168 – 170.

37. Дофнер М. Майбутнє журналістики [Електронний ресурс] / М. Дофнер. – Режим доступу : [http://dialogs.org.ua/crossroad\\_full.php?m\\_id=10074](http://dialogs.org.ua/crossroad_full.php?m_id=10074) (дата звернення 7.04.2011).

38. Дуб О. О. Дослідження переваг використання модульної сітки при розробці макету студентського видання / О. О. Дуб; Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку ; Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя: Дніпровський металург, 2008. – С. 97 – 100.

39. Дунаєвська Ю. Вплив ЗМІ на формування здорового способу життя студентської молоді // Ю. Дунаєвська; Науково-теоретична конференція викладачів, аспірантів, співробітників та студентів кафедри фізичного виховання і спорту : тези доповідей / Відп. за вип. А. Є. Шепелєв. – Суми : СумДУ, 2012.

40. Дусан Ю. Спілкування в пластмасі // Ю. Дусан. – Львів : Хід. – С. 16.

41. Дяченко М. Д. Особливості жанрової палітри у місцевій молодіжній пресі 60–90-х років ХХ століття / М. Д. Дяченко // Психолінгвістика : наук. журнал. – Переяслав-Хмельницький, 2008. – Т. 1. – С. 183–189.

42. Енциклопедія історії України. – К. : Наукова думка, 2012. – Т. 9. – С. 873.

43. Енциклопедія українознавства. Загальна частина (ЕУ-I). – Мюнхен, Нью-Йорк, 1949. – Т. 3. – С. 955 – 965.

44. Енциклопедія українознавства. Словникова частина (ЕУ – II). – Париж, Нью-Йорк, 1976. – Т. 8. – С. 3076 – 3088.

45. Енциклопедія українознавства. Словникова частина (ЕУ-II). — Париж, Нью-Йорк, 1980. – Т. 9. – С. 3340 – 3354.

46. Євграфова А. О. Роль зниженої лексики в мові засобів масової інформації // А. О. Євграфова; Культура народів Причорномор'я. – 2007. – № 101. – С. 87 – 89.
47. Животко А. Історія української преси / З передм. К. Костева; Укр. технічно-господ. ін-т. – Мюнхен, 1989 – 90. – 334 с.
48. Жиленко І. Р. Студентська преса університету Мінесоти // І. Р. Жиленко; Матеріали шостої Всеукраїнської науково-практичної конференції «Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми» : збірник наукових праць / Укладачі О. Г. Ткаченко, В. О. Садівничий. – Суми : Сумський державний університет, 2011. – С. 138 – 141.
49. Завгородня Л. Типологія читача як комунікативно-теоретична проблема [Електронний ресурс] // Л. Завгородня. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2133> (дата звернення 16.11.2014).
50. Зайцева А. Здорові шаленим та драйвовим! // А. Зайцева; Рупор. – 2008. – № 1. – С. 36 – 38.
51. Зенкина О. Н. О состоянии московских студенческих интернет-порталов [Текст] // О. Н. Зенкина; Педагогическая информатика. – 2008. – № 3. – С. 70 – 82.
52. Злобіна О. Особливості формування життєвих орієнтирів студентської молоді в сучасному інформаційному просторі // О. Злобіна ; Київський національний університет культури і мистецтв, Інститут журналістики та міжнародних відносин. – К.: Український інформаційний простір, 2013. – № 1 (Ч. 2). – С. 132 – 137.
53. ЗМІ в Інтернеті: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] // Департамент інформаційної політики; Державний комітет телебачення і радіомовлення України. – Режим доступу : [http://com.in.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=81582&cat\\_id=77135](http://com.in.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=81582&cat_id=77135) (дата звернення 2.06.2013).
54. Зяцькова О. В. Коммуникативно-функциональные признаки немецкого электронного молодежного журнала [Електронний ресурс] // О. В. Зяцькова; Изв. ТулГУ. Гуманитар. науки. – 2008. – № 2. – С. 205 – 212 ; [Электронный ресурс]: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativno-funktsionalnye-priznaki-nemetskogo-elektronno-go-molodezhnogo-zhurnala...> (15.10.2013).
55. История мировой журналистики / Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П., Лучинский Ю. В., Станько А. И. / Изд-е 2-е. – Р-н-Д, 1999. – 344 с.
56. Іванов В. Комп'ютерні мас-медіа на межі століть [Електронний ресурс] / В. Іванов. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1872> (дата звернення 5.10.2013).
57. Іванов В. Ф. Журналістська етика: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / В. Іванов, В. Сердюк. – К. : Вища школа, 2006. – С. 131
58. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети : Курс лекцій : навч. посіб. для студ. факульт. журналістики / В.Ф. Іванов. – К. : Знання, 2000. – 222 с.

59. Іщик А. О. Композиція друкованого журнального видання (на прикладі проекту журналу для студентів «Гуртожиток») [Електронний ресурс] // А. О. Іщик. – Режим доступу : <http://intkonf.org/ischik-ao-kompozitsiya-drukovanogo-zhurnalno-go-vidannya-na-prikladi-proektu-zhurnalu-dlya-studentiv-gurtozhitok/> (дата звернення 20.10.2014).
60. Карамашева Е. Создание индивидуального облика издания [Електронний ресурс] // Е. Карамашева. – Режим доступу : <http://compuart.ru/about.aspx>.
61. Картер М. А. Современный дизайн газет [Електронний ресурс] // М. А. Картер. – Режим доступу : [http://evartist.narod.ru/text4/19.htm#з\\_5](http://evartist.narod.ru/text4/19.htm#з_5) (дата звернення 17.11.2013).
62. Кирия И. В. Зарубежный медиамаркетинг: учебно-методич. пособ. / [Под ред. И. В. Кирия]. – М. : ВК, 2006. – 148 с.
63. Клименко М. Феномен студентських видань [Електронний ресурс] // М. Клименко / ЖуЖуЖу. – Режим доступу : <http://zuzimo.org.ua/?p=367#more-367> (дата звернення 25.02.2013).
64. Кнабе Г. Энциклопедия дизайнера печатной продукции / Г. Кнабе. – М., К. : Диалектика, 2006. – С. 479.
65. Книш З. Становлення ОУН / З. Книш. – К. : Видавництво ім. О. Теліги, 1994 р. – с.23 – 25.
66. Ковалюк Р. Т. Український студентський рух на західних землях ХІХ – ХХ ст.: автореф. дис. д. іст. наук: спец.: 07.00.01 / Р. Т. Ковалюк; НАН України. Ін-т українознав. ім. І. Крип'якевича. Ін-т народознав. – захист 1. 07. 2003. – Львів, 2003. – 26 с.
67. Козлова О. А. Сетевые СМИ: вчера и сегодня (обзор литературы по Интернет-журналистике) // О. А. Козлова. – Вестник ВолГУ, 2011. – Серия 8., Вып. 10. – С. 151 – 156.
68. Колесникова М. М. Периодические издания электронных сетей как вид СМИ: типологический аспект : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / М. М. Колесникова. – Ростов н/д, 2002. – 183 с.
69. Колісник О. Дизайн Інтернет-газет: елементи оформлення / О. М. Колісник // Діалог: медіа-студії. – 2011. – Вип. 12. – С. 22 – 29.
70. Колісник О. М. Структура інтернет-газет: квінтесентні особливості // Держава та регіони. – Запоріжжя, 2011. – № 1. – С. 63 – 66. – Серія : Соціальні комунікації.
71. Кондик В. Студентська преса в Україні: учора, сьогодні, завтра [Електронний ресурс] / В. Кондик. – Режим доступу : <http://www.day.kiev.ua/127779/> (дата звернення 28.05.2010).
72. Копотиенко И. И. Источниковедческий анализ периодической печати Украины (1917 – 1925 гг.) // И. И. Копотиенко. – Днепропетровск, 1978. – С. 66-67.
73. Корниенко С. Студенческая пресса Голландии [Електронний ресурс] // С. Корниенко. – Режим доступу : <http://www.svobodanews.ru/content/transcript/260643.html>. (дата звернення 13.02.2012).

74. Кость С. Історія української журналістики (західноукраїнська преса першої половини ХХ ст.: структура, проблематика. Книга перша) / С. Кость. – Львів, 2008. – 264 с. – Ч. 1.
75. Кость С. Історія української журналістики (західноукраїнська преса першої половини ХХ ст.: ідейно-концептуальні засади, періодизація) / С. Кость. – Львів, 2008. – 272 с. – Ч.2.
76. Кохан Ю. В. Роль і популярність блогів як особливого типу студентської журналістики // Ю. В. Кохан; Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2008. – № 5 (31). – С. 74 – 78.
77. Кравцов Д. Г. Аналіз і реалізація модуля для обробки множинних дизайнів для сайтів та електронних підручників // Д. Г. Кравцов / Науковий часопис ім. М. П. Драгоманова; Зб. наук. праць. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова. – № 2 (9). – 2005. – С. 287 – 294.
78. Кравцов Д. Г. О программной реализации множественных дизайнов для образовательного портала в сети Интернет [Електронний ресурс] // Д. Г. Кравцов; Международная школа-семинар. – Судак, 2003. – Режим доступу : <http://nit.miem.edu.ru/2004/sectionD> (дата звернення 2.10.2013).
79. Крайнікова Т. С. Художньо-графічна концепція видання: до проблеми ствердження терміна / Т. С. Крайнікова // Наукові записки Інституту журналістики. Т. 40. – 2010. – С. 107 – 111.
80. Краснопольская Е. Е. Жизненные приоритеты и чтение молодежи [Електронний ресурс] // Е. Е. Краснопольская; 11-я Междунар. конф. «Крым 2004». – М., 2004. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/articles/crimea/2004/doc/53.pdf> (дата звернення 5.03.2011).
81. Красун А. О., Васильева А. В. Студентські ЗМІ: вплив на особистість молодої людини // А. О. Красун, А. В. Васильева; Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку ; Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя: Дніпровський металург, 2008. – С. 108 – 111.
82. Кругликова Д. Комікси. Воно нам треба? // Д. Кругликова; Рупор. – 2008. – № 1.– С. 14.
83. Крюкова І. Music Fest in the KPI // І. Крюкова; Поліграф. – 2006. – № 9 (39). – С. 12 – 13.
84. Кузнєцова О. Д. Правові гарантії незалежної преси // Українська періодика: історія і сучасність. – Львів, 1999. – С. 381 – 384.
85. Лаврут О. О. Діяльність студентів у гуртках у 20-х рр. ХХ ст. [Електронний ресурс] / О.О. Лаврут. – Режим доступу : <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2009/115-102-6.pdf> (дата звернення 8.12.2009).
86. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебн. [Текст] / Г. В. Лазутина. – М. : Аспект Пресс, 2001.
87. Легеза Д. С. Композиційно-стильові особливості фотоілюстрацій у газетній періодиці / Д. С. Легеза // Держава та регіони. – 2010. – № 1. – С. 133 – 137. – (Серія: Соціальні комунікації).

88. Леник В. Українська організована молодь (молодечі організації від початків до 1914 р.) [Текст]. – Мюнхен – Львів : Фенікс Лтд., 1994. – 184 с.
89. Листвак Г. Тс-с-с! Не сполохайте літо! // Г. Листвак; Сова. – 2005. – № 5 – С. 1.
90. Лоза Г. Студентська преса Київського політехнічного інституту (1923–1937) // Г. Лоза. – К. : Вісник Книжкової палати, 2011. – № 7. – С. 28 – 31.
91. Лозовский Б. Молодежная газета или газета для молодежи / Б. Лозовский // Вестн. Моск. ун-та. Сер.: Журналистика. – 1989. – № 2. – С. 70.
92. Лось Й. Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу: Навчальний посібник для вищих навчальних закладів III – IV рівнів акредитації: У 2 ч. – Ч. 1. – Львів : ПАІС, 2008. – 376 с.
93. Любомира. Плітки студентів // Любомира; Рупор. – 2008. – № 1. – С. 55.
94. Любушкіна І. Зовнішнє оформлення на верстка друкованих ЗМІ / І. Любушкіна // Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку. – 2008. – С. 112 – 116.
95. Ляхов В. Н. Очерки теории искусства книги / В. Н. Ляхов. – М. 1971. – С. 62.
96. Мазурок О. М. Господарсько-фінансова діяльність організації українського студентства «Профорус» на західноукраїнській землях упродовж 1921 – 1926 рр. / О. М. Мазурок // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. – 2014. – Вип. 29. – С. 105 – 112. – Режим доступу: [http://istznu.org/dc/file.php?host\\_id=1&path=/page/issues/39/18.pdf](http://istznu.org/dc/file.php?host_id=1&path=/page/issues/39/18.pdf) (дата звернення 1.04.2015).
97. Май А. «Соромно було роздавати газету з помилками», – відповідають на звинувачення у цензурі і вилученні тиражу студентської газети у вінницькому педуніверситеті [Електронний ресурс] // А. Май; Молодіжна газета вінничини. – Режим доступу : <http://www.33channel.vinnitsa.com/2006/m06-25-01.php> (дата звернення 30.01.2009).
98. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: Становлення людини друкованої книги. – 2-е вид., перероб. / Пер. з англ. А. А. Галушки, В. І. Постнікова. – К. : Ніка-Центр, 2008. – 392 с.
99. Маковій В. І. Студентські ЗМІ в Україні: стан і тенденції розвитку [Електронний ресурс] // В. І. Маковій. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2295> (дата звернення 28.11.2014).
100. Мартюшева А. О. Як студентській газеті стати рекламоносієм // А. О. Мартюшева; Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2008. – № 5 (31). – С. 83 – 86.
101. Марчук В. А. Проблема утворення та існування незалежних студентських ЗМІ // В. А. Марчук; Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя : Дніпровський металург, 2008. – С. 116 – 119.
102. Мастерство журналиста / Ред. В. М. Горохов, В. Д. Пельт. – М., 1977. – 264 с.
103. Мацькевич М. Конституційні культурні права та свободи людини і громадянина на сучасному етапі розвитку демократії в Україні [Електронний

ресурс] // М. Мацькевич; Віче, №4, 2012. – Режим доступу : <http://www.viche.info/journal/2984/> (дата звернення 20.05.2013).

104. Медведчук М. М. Визначення ролі Інтернету в сучасному світі з політологічної точки зору [Текст] / М. М. Медведчук // Гілея. Історичні науки. Філософські науки. Політичні науки : Наук. вісник : зб. наук. праць / Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова, Українська АН. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2009. – Вип. 28. – С. 443 – 449.

105. Мильчин А.Э. Издательский словарь-справочник: [электронное издание]. – 3-е изд., испр. и доп. — М.: ОЛМА-Пресс, 2006.

106. Михайлин І. Л. Основи журналістики: Підруч., вид. 5-е, доповн. і доопрац. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 496 с.

107. Михайлин І. Л. Журналістика як всесвіт: Вибрані медіадослідження / І. Л. Михайлин. – Х. : Прапор, 2008. – 512 с.

108. Мицько Л. Straight edge – самоконтроль і особиста воля // Л. Мицько; Лови момент. – Львів : 2008, – С. 1, 5. – № 4.

109. Міненко П. А. Студенческая пресса как бізнес-проект: утопия или реальность? / П. А. Міненко; Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя : Дніпровський металург, 2008. – С. 122 – 123.

110. Морозова Л. П. Аспекти формування ціннісного світу молоді // Наукові записки: спеціальний випуск. – К.: Видавничий дім «КМ Академія», – 2003. – Т. 21. – С. 94 – 102.

111. Мудра І. М. Оформлення газети як засіб медіамаркетингу // І. М. Мудра; Світ соціальних комунікацій : наук. журн. – К. : КиМУ, ДонНУ, КПУ, 2013. – Т. 9. – С. 128 – 131.

112. Муқан В. Перший тиждень вересня // В. Муқан; Студент plus. – 2008. – № 45. – С. 8 – 9.

113. Муромцева О. Г. Англiцизм // Українська мова: Енциклопедія. – К.: Українська енциклопедія, 2000. – С. 25.

114. Овдієнко Н. В. Студентські ЗМІ в структурі сучасної української журналістики (на прикладі газет «Студентська координата» і «Молодий журналіст») [Електронний ресурс] // Н. В. Овдієнко. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2359> (дата звернення 27.06.2014).

115. Овсяникова Т. Ф. Розважальна функція преси: благо чи шкода? [Електронний ресурс] // Т. Ф. Овсяникова. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=46>. (дата звернення 17.12.2013).

116. Осік Д. С. Експресивна лексика в студентських та молодіжних ЗМІ // Д. С. Осік ; Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2008. – № 5 (31). – С. 109 – 114.

117. Офіцинський В. А. Дистрикт Галичина (1941 – 1944). Історико-політичний нарис / В. А. Офіцинський; Ужгород. нац. ун-т, НДІ карпатознавства. – Ужгород : МПП «Гражда», 2001. – 144 с.

118. П'ятниця Л. П., Садівничий В. О. Жаргонізми як елемент загострення читацького сприйняття (на прикладі студентських видань сумщини) // Л. П. П'ятниця, В. О. Садівничий ; Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2008. – № 5 (31). – С. 125 – 131.
119. Падалка С. В. Роль студентських мас-медіа у формуванні журналіста-професіонала // С. В. Падалка; Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку ; Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя: Дніпровський металург, 2008. – С. 123 – 125.
120. Партико З. В. Загальне редагування: нормативні основи : навч. посіб. / З. В. Партико. – Львів : Афіша, 2006. – 416 с.
121. Пасічник М. С., Босак О. І. Історія України та її державності: Тексти лекцій / Відпов. за випуск М. В. Старовойт; Авт. М. С. Пасічник, О. І. Босак. – Львів : Видавництво Української академії друкарства, 2008. – 640 с.
122. Пахомов В. В. Книжное искусство: Замысел оформления. Иллюстрации. В 2-х кн.: – М., 1961–1962. – Кн.1.
123. Переверзева А. С. Принципи художньо-технічного оформлення газети / А. С. Переверзева // Молодь: освіта, наука, духовність; Тези доповідей ІХ Всеукраїнської наукової конференції студентів і молодих вчених. Ч. 2. – 2012. – С. 109 – 110.
124. Полуденко А. Із студентських медіа в «дорослі» [Електронний ресурс] // А. Полуденко. – Режим доступу : <http://www.day.kiev.ua/uk/article/media/iz-studentskih-media-v-dorosli> (дата звернення 15.08.2014).
125. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови: Підручник. – 3-тє вид., перероб. і доповн. [Текст] / О. Д. Пономарів. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2000. – 248 с.
126. Потятинник Б. В. Інтернет-журналістика: навч. посіб. [Текст] / Б. В. Потятинник. – Львів : ПАІС, 2010. – 246 с.
127. Примак Т. О. Рекламний креатив: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Т. О. Примак – К.: КНЕУ, 2005. – 168 с.
128. Приступенко Т. О. Конституційні права та правові гарантії забезпечення свободи слова в Україні [Електронний ресурс] // Т. О. Приступенко. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1607> (дата звернення 12.09.2014).
129. Приступенко Т. О. Правовий аспект свободи слова [Електронний ресурс] // Т. О. Приступенко. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1590> (дата звернення 15.09.2014).
130. Прудник М. Свобода преси як вияв політичного розвитку [Електронний ресурс] // М. Прудник; Віче. – №1, 2008. – Режим доступу : <http://www.viche.info/journal/774/> (дата звернення 23.10.2014).
131. Реєстрація друкованих ЗМІ та інформагентств [Електронний ресурс] // Міністерство юстиції України. – Режим доступу : <http://www.minjust.gov.ua/11739> (дата звернення 26.12.2014).
132. Ремажевська Л. Студентський самвидав // Л. Ремажевська; Поступ. – 2006. – 2 – 8 березня. – С. 36.

133. Розанов К. А. Молодежная пресса как составляющая студенческой жизни // К. А. Розанов; Известия Саратовского университета. Новая серия. 2009. Т. 9.; Серия Филология. Журналистика. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2009. – Вып. 2. – С. 81 – 87.
134. Розанов К. А. Типология современной студенческой прессы России // К. А. Розанов; Филологические этюды: сб. науч. ст. молодых ученых. – Саратов : Научная книга, 2006. – Вып. 9, ч. I-II. – С. 209 – 213.
135. Савчин М. В., Василенко Л. П. Вікова психологія: Навч. посіб. / М. В. Савчин, Л. П. Василенко. – К. : Академія видав, 2006. – 360 с.
136. Самусенко Є. Псевдодемократія студентських ЗМІ [Електронний ресурс] // Є. Самусенко. – Режим доступу : <http://human-rights.unian.net/ukr/detail/185741> (дата звернення 15.01.2010).
137. Самусенко Є. Студентське життя: свобода слова [Електронний ресурс] // Є. Самусенко. – Режим доступу : <http://gazeta.univ.kiev.ua/?act=view&id=884> (дата звернення 16.01.2010).
138. Самусенко Є. Свобода слова – одна з демократичних свобод, визначених Конституцією України [Електронний ресурс] // Є. Самусенко. – Режим доступу : <http://gazeta.univ.kiev.ua/?act=view&id=884> (дата звернення 15.01.2010).
139. Сафарова А. Г. Социокультурная динамика качественной газетной прессы Великобритании и США в конце XX – в начале XXI века: дисс. ... канд. филол наук / А. Г. Сафарова. – М. : Изд-во МГУ, 2004. – С. 79 – 80.
140. Сегеда С. П. Историчні засади виникнення преси українських військових формувань // С. П. Сегеда; «Гілея (науковий вісник): Збірник наукових праць». – К., 2009. – вип. 20. – 2009, С. 56 – 62.
141. Семенюк К. М. Менеджмент студенческих масс-медиа (на примере стенгазеты «Стоп Кадр») / К. М. Семенюк; Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя : Дніпровський металург, 2008. – С. 128 – 132.
142. Ситник О. В. Медіадизайн в інноваційному розвитку освіти / О. В. Ситник // Наукові записки Інституту журналістики. Т. 37. – 2009. – С. 164 – 168.
143. Сірінюк-Долгарьова К. Г. Специфіка діяльності студентських друкованих ЗМІ України та США: порівняльний аспект // К. Г. Сірінюк-Долгарьова; Вісник Київського міжнародного університету (журналістика, лінгвістика, кінотелестецтво). – Випуск 6. – К.: КиМУ, 2008 – С. 152 – 159.
144. Скокова Л. Читання у структурі культурно-дозвіллевих практик населення України // Л. Скокова; Бібліотечна планета. – 2010, № 1 (47). – С. 14 – 17.
145. Словарь иностранных слов русского языка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_fwwords](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwwords) (дата звернення 19.10.2011).
146. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / За заг. ред. Ю.М. Бідзілі. – Ужгород : Закарпаття, 2007. – С. 79.
147. Словник скорочень української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrskor.info/?text=ЛКСМУ> (дата звернення 18.10.2011).
148. Словник української мови: в 11 томах. – Том 2, 1971. – С. 80.
149. Словник української мови: в 11 томах. – Том 4, 1973. – С. 274.

150. Словник української мови: в 11 томах. – Том 9, 1978. – С. 98.
151. Словник української мови: в 11 томах. – Том 10, 1979. – С. 66.
152. Словник української мови: в 11 томах. – Том 11, 1980. – С. 196.
153. Солонуха О. Г. «Незалежні студентські ЗМІ. Що це?» / О. Г. Солонуха; Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя : Дніпровський металург, 2008. – С. 134 – 138.
154. Соціологічна енциклопедія / Укладач В. Г. Городяненко. – К.: Академвидав, 2008. – С. 240 – 241.
155. Спілка українських студентських товариств Америки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sustaportal.org> (дата звернення 1.02.2015).
156. Ставицька Я. Сучасний український інтержаргон: проблеми й аспекти вивчення // Я. Ставицька; Мовознавство: Доп. та повідомл. IV Міжнар. Конгресу українців / Відп. ред. В. Німчук. – К. : Пульсари, 2002.
157. Станкевич-Шевченко А. Сучасний публіцистичний текст: функціонально-стилістичний аспект [Електронний ресурс] // А. Станкевич-Шевченко. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1084> (дата звернення 17.11.2013).
158. Степанов А. А. Перспективы развития студенческих сетевых зданий в эпоху web 2.0. Юзабилити-подход // А. А. Степанов; Медиаобразование: от теории – к практике: сб. материалов II Всеросс. науч.-практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации». – Томск, 2008. – С. 210 – 215.
159. Стулень К. А. Редакційна політика студзмі та особливості роботи студента-журналіста / К. А. Стулень; Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя : Дніпровський металург, 2008. – С. 139 – 142.
160. Тарасюк В. Ю. Практична підготовка студентів-журналістів у вишівській пресі: на шляху до оптимальної моделі // В. Ю. Тарасюк; Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2008. – № 5 (31). – С. 161 – 165.
161. Терентьев А. К. Проблема свободы слова в детских, молодежных и студенческих СМИ донецкой области / А. К. Терентьев; Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя: Дніпровський металург, 2008. – С. 142 – 148.
162. Тимошик М. С. Особливості формування нової системи української молодіжної преси напередодні розвалу СРСР (1986-1991) [Електронний ресурс] // М. С. Тимошик; Науковий вісник України. – Режим доступу : <http://visnyk.com.ua/stattya/567-osoblivosti-formuvannja-novoyi-sistemi-ukrayinskoji-molodizhnoyi-presi-naperedodni-rozvalu-srsr-1986-1991.html> (дата звернення 2.04.2014).
163. Тимошик М. С. Українська молодіжна преса в останній період існування СРСР: 1986-1991): Монографія. – К.: Наша культура і наука, 2010. – 240 с. – іл.
164. Тимошик М. С. Українські видавничі стандарти: до питання про концепцію розробки і впровадження у практику вітчизняного книговидання

- [Електронний ресурс] // М. С. Тимошик. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1702> (дата звернення 29.08.2013).
165. Тимчишин О. І. Становлення і розвиток західноукраїнської молодіжної преси 1900 – 1939 рр.: автореф. дис. канд. наук із соц. ком.: спец.: 27.00. 04 / О. І. Тимчишин; КНУ ім. Т. Шевченка Інститут журналістики. – захист 19.05 2009. – Київ, 2009. – 12 с.
166. Ткач О. І. Традиції та уроки студентської преси [Електронний ресурс] // О. І. Ткач. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2205> (дата звернення 14.03.2011).
167. Тлумачний словник української мови / Укл. Т. В. Ковальова, Л. П. Коврига. – Харків : Синтекс, 2002. – 672 с.
168. Тлумачний словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uktdic.appspot.com/?q=гектограф> (дата звернення 21.06.2012).
169. Тюльченко І. К. Преса 1917 року про молодіжний рух в Україні: Джерелознавчий аналіз // І. К. Тюльченко; Наука. Релігія. Суспільство. – Донецьк, 2008. – №2. – С.84 –91.
170. Українська мова: короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / [уклад. : С. Я. Єрмоленко, С. П. Бирик, О. Г. Тодор]; за ред. С. Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. — 224 с.
171. Уланова М. А. Интернет-журнал. Типология, принципы создания, методика редактирования : дис. ... канд. филол. Наук : 05.25.03 / М.А. Уланова. – М., 2005. – 239 с.
172. Фаворский В. А. О композиции // В. А. Фаворский; Декоративное искусство. – 1965. – №7. – С.11.
173. Фаворский В. А. Рассказы художника-гравера / В. А. Фаворский. – М., 1976. – С. 51.
174. Федоров А. Плюсы и минусы электронных изданий [Електронний ресурс] // А. Федоров. – Режим доступу : <http://ideafor.info/?p=402> (дата звернення 28.09.2014).
175. Хазарадзе О. І. Студентські ЗМІ. Механізми висвітлення сучасних проблем студентства [Електронний ресурс] / О. І. Хазарадзе. – Режим доступу : <http://masters.donntu.edu.ua> (дата звернення 4.12.2013).
176. Харитоненко О. І. Газетна рубрика в історії та сучасності: функції, види, традиції оформлення / О. І. Харитоненко // Держава та регіони; Серія «Соціальні комунікації». – 2012. – Вип.3. – С. 101 – 105.
177. Харроуер Т. Настольная книга газетного дизайнера / Т. Харроуер. – Изд-во КП-Воронеж, 1999. – С. 6.
178. Хобта О. І. Типологічне «обличчя» театральної періодики Одеси кінця ХІ – початку ХХ століття // О. І. Хобта; Вісник ОНУ. – Т. 14. – № 19. – 2009. – (Серія: Бібліотекознавство, бібліографознавство, книгознавство).
179. Хрумова К. Асоціації // К. Хрумова; Рупор. –К. : 2008. – № 1. – С. 28.
180. Хрумова К. Кров у борг. Як ми усією групою кров здавали // К. Хрумова; Рупор. –К. : 2008. – С. 12.

181. Цвик В. Л. Введение в журналистику. Учебное пособие – Изд. 2-е, доп. и переработанное / В. Л. Цвик. – М. : Изд-во МНЭПУ, 2000. – 137 с.
182. Чекальова Ю. О. Блоги як особливий тип студентської журналістики // Ю. О. Чекальова; Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2008. – № 5 (31). – С. 173 – 176.
183. Черняков Б. Джерела до історії української преси учнівської та студентської молоді (XIX – поч. XX ст.) НАНУ, ЛБН ім. В. Стефаніка, НДЦ періодики. – Львів, 2005. – 116 с.
184. Чілачава Т. Р. Сучасні моделі редакційної діяльності та праці журналістів [Електронний ресурс] // Т. Р. Чілачава. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1262> (дата звернення 30.03.2014).
185. Чудяк Р. Сучасне мистецтво: суб'єктивний погляд // Р. Чудяк; Лови момент. № 4. – Львів : 2008. – С. 3.
186. Шевченко В. Е. Архітектоніка сучасного українського газетного видання (системна організація та закономірності розподілу елементів) : автореф. ... дис. канд. філол. наук : 10.01.08 / В. Е. Шевченко. – К., 2002.
187. Шевченко В. Е. Елементи оформлення сучасного газетного видання / В. Е. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 1.– К., 2000. – С. 88 – 95.
188. Ширченко Я. Журналістська етика та принципи професійної моралі журналіста [Електронний ресурс] // Я. Ширченко; Наукові записки Інституту журналістики. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1488> (дата звернення 24.12.2013).
189. Шологон Л. Періодичні видання українських студентських товариств Галичини як джерело з історії національно-культурного руху українців краю у 60-х рр. XIX – на початку XX ст. // Л. Шологон; Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету, вип. XXXIV. – Запоріжжя, 2012. – С. 288 – 291.
190. Шохин И. В. Российские сетевые издания: особенности информационного производства : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / И. В. Шохин. – М., 2003. – С. 123.
191. Щур І. Особливості українського комп'ютерного жаргону // І.Щур; Рідна школа. – 2001, № 3. – С. 10.
192. Яковенко М. В. Дослідження впливу кольорового оформлення сайтів на психофізіологічний стан користувачів Інтернету // Психологія особистості безробітного; Матеріали II-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції. – К. : Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України, 2005. – С. 365 – 368.
193. Янченко А. Є. Графічний дизайн як базова категорія оформлення сучасного газетного видання // А. Є. Янченко; Наукові записки інституту журналістики; Том 45. – К. : 2011. – С. 73 – 78.
194. Ященко І. Нам слово // І. Ященко; Рупор. – К., 2008. – С. 2.
195. Associated Collegiate Press. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.studentpress.org/acp/> (дата звернення 09.12.2009).

196. BlackCat. «Парад носорогів», або Скульптура по українськи // BlackCat ; Рупор. – 2008. – № 1. – С. 20 – 23.
197. Briggs M. Journalism 2.0. How to survive and thrive/ М. Briggs. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.kcnn.org/resources/journalism\\_20/](http://www.kcnn.org/resources/journalism_20/) (дата звернення 10.04.2010).
198. Glib. Демотивовані навчальним процесом або де мотивація мотивації [Електронний ресурс] // Ять, лютий 2012. – Режим доступу : <http://jat.in.ua/index.php/2012-02-03-19-42-34/item/77> (дата звернення 11.10.2013).
199. Stud times: молодіжний медіа-ресурс / Гол. ред. І. Панчишин. – Львів, 2011. – № 1. – С. 6.
200. V.Rednaja. Психодел)))) // V.Rednaja ; Students and biology. – К.: 2007. – № 1. – С. 4 – 5.

## Іменний покажчик

- Андріїшина С. 173  
Артамонова І. 163
- Бандера С. 33  
Безпалко О. 18  
Белей І. 16  
Бердишев С. 92, 94, 123, 124  
Богацький П. 19  
Боготоба С. 64  
Братина І. 7, 57, 60, 127  
Братушак О. 147  
Бурківська Л. 117  
Буслаєва К. 62
- Варивод Д. 109  
Василенко Л. 162  
Васільєва А. 46  
Васюта О. 7, 46, 49,  
Вербовий Р. 8, 113  
Вітошинський М. 17  
Ворона А. 111, 113  
Ворошилов В. 173
- Ганущак М. 108  
Гатов В. 161, 162, 164  
Герасименко М. 122  
Гор А. 164  
Горук С. 17  
Грабовський О. 17  
Гречанівський Г. 19  
Грицай О. 18  
Грозданов Ф. 8, 97  
Грушевський М. 19  
Грушевський О. 19  
Гумбольдт В. 104  
Гуменюк О. 6  
Гуревич С. 137, 168, 170
- Данекіна Ю. 116  
Дідро Д. 131
- Дітковська А. 9, 153  
Дністрянський Д. 18  
Довгаль А. 8, 103  
Донцов Д. 18  
Дорошенко Д. 19  
Дофнер М. 64  
Драгоманов М. 16, 31  
Дуб О. 8, 82  
Дунаєвська Ю. 7  
Дусан Ю. 140  
Дяченко М. 7, 37
- Єфремов С. 19
- Животко А. 6, 19
- Завгородня Л. 131  
Зайцева А. 109  
Заклинський Р. 18  
Зенкіна О. 7, 61, 91, 127  
Зінкевич О. 34  
Злобіна О. 7, 48  
Зятькова О. 8, 94
- Йеллем С. 153
- Іщик А. 8, 82, 83
- Кірія І. 120  
Клименко М. 61, 159  
Клискович К. 15  
Кмицикевич Я. 30  
Ковалюк Р. 7, 19, 36  
Колесникова М. 96, 120  
Колісник О. 90, 95, 109, 124  
Кондик В. 6, 28, 31, 34, 35  
Копотієнко І. 21, 57  
Корнієнко С. 8, 133, 153  
Королів-Старий В. 19  
Косевич Є. 17  
Кость С. 14, 23

Кохан Ю. 170  
Крайнікова Т. 112, 114, 115  
Краснопольская Е. 8  
Красун А. 46  
Кривенко О. 40  
Кругликова Д. 108  
Крушельницький А. 17  
Крюкова І. 108  
Кучерішка О. 25

Лаврут О. 6, 28  
Левіцький В. 18  
Легеза Д. 116  
Леник В. 6, 15, 16, 19  
Листвак Г. 109  
Лоза Г. 6, 28, 29  
Лозинський М. 18  
Лоначевський О. 15  
Лось Й. 145  
Лотоцький О. 17  
Любушкіна І. 8, 114  
Ляхов В.

Май А. 8  
Мак-Люен Г. 64  
Маковій В. 7, 46, 48, 50, 52, 139  
Мануйлов М. 173  
Мартюшева А. 156  
Марчук В. 9, 160  
Мельник А. 33  
Михайлин І. 13  
Мицько Л. 139  
Міненко П. 9, 156  
Міхновський М. 33  
Морозова Л. 57  
Мудра І. 86, 90, 91  
Мукан В. 109

Назарук О. 18  
Неронович Є. 88  
Ніколаєнко С. 153

Овдієнко Н. 7, 49, 50  
Овсянникова Т. 136  
Осїк Д. 8, 102

Офіцинський В. 6, 23  
Охримович Ю. 18

П'ятниця Л. 8, 100, 101  
Павенський А. 15  
Павлик М. 16, 18  
Падалка С. 159  
Панейко В. 17  
Пасічник М. 13  
Пахомов В. 83  
Петлюра С. 19  
Петрицький М. 17  
Плевако П. 19  
Полуденко А. 7, 51  
Пономарів О. 101  
Потятинник Б. 90, 169  
Примак Т. 173

Райкен К. 153  
Ремажевська Л. 6, 40  
Розанов К. 7, 8, 22, 57, 58, 59, 127, 135, 136  
Рудко В. 31

Савчин М. 162  
Садівничий В. 8, 100, 101  
Садова А. 105  
Самусенко Є. 8, 145, 146, 147, 153  
Сафарова А. 91, 120  
Сегеда С. 25  
Семенюк К. 9, 158, 165  
Силаєв Ю. 43  
Сіріньок-Долгарьова К. 7, 57, 59, 60, 62, 127  
Скоропадський П. 26  
Солонуха О. 9, 154, 155  
Ставицька Л. 102  
Станкевич-Шевченко Л. 102  
Старосольський В. 17  
Старч А. 84  
Степанов А. 8, 92, 94, 95  
Стулень К. 8

Тарасюк В. 147

Темницький В. 17  
Терентьєв А. 8  
Тимошик М. 7, 35, 41, 42, 44, 46,  
47, 57  
Тимчишин О. 7, 26  
Ткач О. 7, 38  
Трут Б. 30  
Тюльченко І. 6, 22, 24

Уланова М. 96, 97

Фаворський В. 84, 85  
Федорців Ф. 18  
Франко І. 11, 14, 16, 42, 44, 104,  
132, 139, 180

Хазарадзе О. 7, 52  
Харроуер Т. 86  
Хобта О. 21  
Хрумова К. 109, 140

Цегельський Л. 17, 18

Чекальова Ю. 169  
Черняков Б. 7, 47  
Чмола І. 18  
Чудяк Р. 140

Шевченко В. 81, 90, 111  
Шевченко І. 148  
Шологон Л. 6, 47  
Шохін І. 121

Щербак Ю. 43

Яковенко М. 124  
Янів В. 16  
Янченко А. 87  
Яцків М. 18  
Ященко І. 139

# Додатки

## Додаток А. 1. Список використаних студентських видань з бібліотечних архівів

Періодичні видання студентів кінця XIX – XX століття. Серед них ті, що стояли на позиціях самобутності українського народу, і ті, що були ухвалені тодішньою владою. У цих виданнях відображена історія становлення суспільно-політичної думки студентської соціальної групи. Також можна прослідкувати як змінювалась періодика студентів. Списки подано за старими бібліографічними описами.

1. Оса. Студентська часопись. – Станіславів. – 1907.

2. Український стрілець. – 1920. – Ч. 1.

3. Український стрілець. – 1920. – Ч. 2.

4. Український стрілець. – 1921. – Ч. 1.

5. Український стрілець. – 1921. – Ч. 2.

6. Український стрілець. – 1921. – Ч. 3.

7. Український стрілець. – 1921. – Ч. 4.

8. Український стрілець. – 1921. – Ч. 5.

9. Український стрілець. – 1921. – Ч. 6.

10. Український стрілець. – 1921. – Ч. 7.

11. Український стрілець. – 1921. – Ч. 8.

12. Український стрілець. – 1921. – Ч. 9.

13. Український стрілець. – 1921. – Ч. 10.

14. Український стрілець. – 1921. – Ч. 11.

15. Український стрілець. – 1921. – Ч. 12.

16. Український стрілець. – 1921. – Ч. 13 – 14.

17. Український стрілець. – 1921. – Ч. 15.

18. Український стрілець. – 1921. – Ч. 16 – 18.

19. Стерні – 1922. – Ч. 1.

20. Спудей. – Прага. – 1925. – Ч. 1.

21. Спудей. – Прага. – 1925. – Ч. 2 – 3.

22. Спудей. – Прага. – 1926. – Ч. 4.

23. Студентський вісник. – 1948. – Ч. 1. – Річник II.

24. Фенікс. – 1951. Ч. 1.

25. Розбудова держави. Бюлетень Зарева. – 1952. – Ч. 2.

26. Розбудова держави. Бюлетень Зарева. – 1954. – Ч. 1 (12).

27. Розбудова держави. Бюлетень Зарева. – 1954. – Ч. 2 (13).

28. Розбудова держави. Бюлетень Зарева. – 1954. – Ч. 3 (14).

29. Розбудова держави. Бюлетень Зарева. – 1955. – Ч. 1 (16).

30. Розбудова держави. Бюлетень Зарева. – 1955. – Ч. 2 (17).

31. Розбудова держави. Бюлетень Зарева. – 1955. – Ч. 4 (15).

32. Розбудова держави. Бюлетень Зарева. – 1957. – Ч. 20.

## Додаток А. 2. Список проаналізованих друкованих студентських видань

Серед студентської періодики є найрізноманітніші видання, зокрема ті, які розповсюджуються тиражами понад 20000 примірників, і ті, що мають лише 30 чи 100 примірників випуску. Деяку пресу продають, навіть використовуючи передоплатну систему, інші ж шукають кошти на те, щоб перекопіювати черговий номер. Загалом ці видання об'єднує те, що у них студенти вчаться працювати у видавничому процесі. Як відомо, навчання без помилок не буває, тому у багатьох періодичних газетах та журналах, які видають студенти, їх є чимало, деякі з них стосуються випускних та вихідних даних, інколи в номері ці дані взагалі відсутні. Тому не всі подані бібліографічні описи складені за правилами. Проаналізовано різну кількість примірників 43 друкованих газет та журналів.

### Список проаналізованих друкованих видань:

#### Офіційні видання вищих навчальних закладів.

1. Київський політехнік: газета Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» / Гол. ред. В. Янковий. – 1927 – . – К., 2005. – 6 с. – Щотиж., 2005, № 20 (2714).
2. Київський політехнік: газета Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» / Гол. ред. В. Янковий. – 1927 – . – К., 2005. – 6 с. – Щотиж., 2005, № 24 (2718).
3. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2003. – 20 с. – Щотиж., 2010, № 20 (2420).
4. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2003. – 20 с. – Щотиж., 2003, № 1 (2441).
5. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2003. – 20 с. – Щотиж., 2003, № 4 (2444).
6. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2004. – 20 с. – Щотиж., 2004, № 5 (2445).
7. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2004. – 20 с. – Щотиж., 2004, № 7 (2447).
8. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2004. – 20 с. – Щотиж., 2004, № 8 (2448).
9. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2004. – 20 с. – Щотиж., 2004, № 9 (2449).
10. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2004. – 20 с. – Щотиж., 2004, № 16 (2496).
11. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2004. – 20 с. – Щотиж., 2004, № 18 (2458).
12. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2005. – 20 с. – Щотиж., 2005, № 3 (2483).
13. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2005. – 20 с. – Щотиж., 2005, № 4 (2484).
14. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2005. – 20 с. – Щотиж., 2005, № 6 (2486).

## Продовження додатку А. 2

15. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2005. – 20 с. – Щотиж., 2005, № 18 (2498).
16. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2005. – 20 с. – Щотиж., 2005, № 19 (2499).
17. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2005. – 20 с. – Щотиж., 2005, № 26 (2506).
18. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2005. – 20 с. – Щотиж., 2005, № 33 (2513).
19. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2005. – 20 с. – Щотиж., 2005, № 34 (2514).
20. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2005. – 20 с. – Щотиж., 2005, № 40 (2520).
21. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2006. – 20 с. – Щотиж., 2006, № 4 (2524).
22. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2006. – 20 с. – Щотиж., 2006, № 5 (2525).
23. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2006. – 20 с. – Щотиж., 2006, № 8 (2528).
24. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2006. – 20 с. – Щотиж., 2006, № 14 (2534).
25. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2006. – 20 с. – Щотиж., 2006, № 16 (2536).
26. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2006. – 20 с. – Щотиж., 2006, № 28 (2548).
27. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2006. – 20 с. – Щотиж., 2006, № 29 (2549).
28. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2007. – 20 с. – Щотиж., 2007, № 2 (2562).
29. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2007. – 20 с. – Щотиж., 2007, № 7 (2567).
30. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2008. – 20 с. – Щотиж., 2008, № 5 (2605).
31. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2008. – 20 с. – Щотиж., 2008, № 10 (2610).
32. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2008. – 20 с. – Щотиж., 2008, № 14 (2614).
33. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2009. – 20 с. – Щотиж., 2009, № 14 (2654).
34. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2009. – 20 с. – Щотиж., 2009, № 37 (2677).
35. Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2010. – 20 с. – Щотиж., 2010, № 13 (2693).
- Аудиторія: освітній студентський тижневик / Гол. ред. Я. Величко. – Львів, 2010. – 20 с. – Щотиж., 2010, № 30 (2710).
36. Поліграф: газета ВПН НТУУ «КПШ» / Гол. ред. О. Дзюба. – К., 2005. – 4 с. – 2005, № 5 (29).
37. Поліграф: газета ВПН НТУУ «КПШ» / Гол. ред. О. Дзюба. – К., 2006. – 16 с. – 2006, № 4 (34).

## Продовження додатку А. 2

38. Поліграф: газета ВПН НТУУ «КПШ» / Гол. ред. О. Дзюба. – К., 2006. – 16 с. – 2006, № 5 (35).
39. Поліграф: газета ВПН НТУУ «КПШ» / Гол. ред. О. Дзюба. – К., 2006. – 16 с. – 2006, № 9 (39).
40. Поліграф: газета ВПН НТУУ «КПШ» / Гол. ред. О. Дзюба. – К., 2007. – 16 с. – 2007, № 1 (41).
41. Поліграф: газета ВПН НТУУ «КПШ» / Гол. ред. О. Дзюба. – К., 2008. – 16 с. – 2008, № 1 (45).
42. Поліграф: газета ВПН НТУУ «КПШ» / Гол. ред. О. Дзюба. – К., 2008. – 16 с. – 2008, № 2 (46).
43. Поліграф: газета ВПН НТУУ «КПШ» / Гол. ред. О. Дзюба. – К., 2008. – 16 с. – 2008, № 3 (47).
44. Поліграф: газета ВПН НТУУ «КПШ» / Гол. ред. О. Скотар. – К., 2010. – 16 с. – 2010, № 3 (55).
45. Поліграф: газета ВПН НТУУ «КПШ» / Гол. ред. О. Скотар. – К., 2010. – 16 с. – 2010, № 17 (59).
46. Педагог: газета Миколаївського державного університету ім. В. О. Сухомлинського / Гол. ред. Л. Старовойт. – Миколаїв, 2007. – 8 с. – 2007, № 2 (76).
47. Запорізький університет: обласна академічна газета, газета колективу Запорізького національного університету / Гол. ред. М. Канцелярист. – Запоріжжя, 2008. – 4 с. – 2008, № 4 (937).
48. Запорізький університет: обласна академічна газета, газета колективу Запорізького національного університету / Гол. ред. М. Канцелярист. – Запоріжжя, 2008. – 4 с. – 2008, № 7 (940).
49. Каменяр: інформаційно-аналітичний часопис ЛНУ ім. Івана Франка / Гол. ред. Ю. Мілянч. – Львів, 2006. – 8 с. – 2006, № 1.
50. Каменяр: інформаційно-аналітичний часопис ЛНУ ім. Івана Франка / Гол. ред. Ю. Мілянч. – Львів, 2006. – 8 с. – 2006, № 2.
51. Якіта: газета ПВНЗ «Інститут сходознавства і міжнародних відносин «Харківський колегіум». – 2008 – . – Харків, 2008. – 2 с. – 2008, № 1 (1).
52. Якіта: газета ПВНЗ «Інститут сходознавства і міжнародних відносин «Харківський колегіум». – 2008 – . – Харків, 2009. – 2 с. – 2009, № 1.
53. Якіта: газета ПВНЗ «Інститут сходознавства і міжнародних відносин «Харківський колегіум». – 2008 – . – Харків, 2009. – 2 с. – 2009, № 2.
54. Якіта: газета ПВНЗ «Інститут сходознавства і міжнародних відносин «Харківський колегіум». – 2008 – . – Харків, 2010. – 2 с. – 2010, № 3.
55. Якіта: газета ПВНЗ «Інститут сходознавства і міжнародних відносин «Харківський колегіум». – 2008 – . – Харків, 2010. – 2 с. – 2010, № 4.
56. Якіта: газета ПВНЗ «Інститут сходознавства і міжнародних відносин «Харківський колегіум» / Гол. ред. О. Винник. – 2008 – . – Харків, 2010. – 2 с. – 2010, № 5.
57. Якіта: газета ПВНЗ «Інститут сходознавства і міжнародних відносин «Харківський колегіум» / Гол. ред. О. Винник. – 2008 – . – Харків, 2010. – 2 с. – 2010, № 6.
58. Якіта: газета ПВНЗ «Інститут сходознавства і міжнародних відносин «Харківський колегіум» / Гол. ред. О. Винник. – 2008 – . – Харків, 2010. – 2 с. – 2010, № 7.
59. Якіта: газета ПВНЗ «Інститут сходознавства і міжнародних відносин «Харківський колегіум» / Гол. ред. О. Винник. – 2008 – . – Харків, 2010. – 2 с. – 2010, № 8.



## Продовження додатку А. 2

84. Резонанс: газета Сумського державного університету / Гол. ред. О. Ткаченко. – Суми, 2012. – 8 с. – 2012, № 7 – 8 (328 – 329).
85. Економ Info: газета економічного факультету УДПУ / Гол. ред. Б. Нікіфоров. – Умань, 2013. – 2 с. – 2013, № 1.
86. Економ Info: газета економічного факультету УДПУ / Гол. ред. К. Замулянець. – Умань, 2014. – 4 с. – 2014, № 5.
87. Економ Info: газета економічного факультету УДПУ / Гол. ред. К. Замулянець. – Умань, 2014. – 4 с. – 2014, № 6.
88. Економ Info: газета економічного факультету УДПУ / Гол. ред. К. Замулянець. – Умань, 2014. – 4 с. – 2014, № 7.
89. Економ Info: газета економічного факультету УДПУ / Гол. ред. К. Замулянець. – Умань, 2014. – 4 с. – 2014, № 8.
90. Економ Info: газета економічного факультету УДПУ / Гол. ред. К. Замулянець. – Умань, 2014. – 4 с. – 2014, № 9.
91. Студентська орбіта: газета Приазовського державного технічного університету / Гол. ред. І. Боровков. – 1988 – . – Маріуполь, 2012. – 16 с. – 2012, № 27 – 28 (565 – 566).
92. Студентська орбіта: газета Приазовського державного технічного університету / Гол. ред. І. Боровков. – 1988 – . – Маріуполь, 2012. – 20 с. – 2012, № 29 – 30 (567 – 568).
93. Студентська орбіта: газета Приазовського державного технічного університету / Гол. ред. І. Боровков. – 1988 – . – Маріуполь, 2012. – 20 с. – 2012, № 31 – 32 (569 – 570).
94. Студентська орбіта: газета Приазовського державного технічного університету / Гол. ред. І. Боровков. – 1988 – . – Маріуполь, 2013. – 12 с. – 2013, № 3 – 4 (573 – 574).
95. Студентська орбіта: газета Приазовського державного технічного університету / Гол. ред. І. Боровков. – 1988 – . – Маріуполь, 2013. – 20 с. – 2013, № 5 – 6 (575 – 576).
96. Інженер-машинобудівник: газета Запорізького національного технічного університету / Гол. ред. Г. Єренбург. – 1960 – . – Запоріжжя, 2011. – 4 с. – 2011, № 1 (2084).
97. Інженер-машинобудівник: газета Запорізького національного технічного університету / Гол. ред. Г. Єренбург. – 1960 – . – Запоріжжя, 2011. – 4 с. – 2011, № 2 (2085).
98. Інженер-машинобудівник: газета Запорізького національного технічного університету / Гол. ред. Г. Єренбург. – 1960 – . – Запоріжжя, 2011. – 4 с. – 2011, № 3 (2086).
99. Авіатор: газета Національного авіаційного університету / Ред. В. Ворона. – 1933 – . – К., 2007. – 4 с. – 2007, № 12 (1419).
100. Авіатор: газета Національного авіаційного університету / Гол. ред. С. Дичковський. – 1933 – . – К., 2010. – 4 с. – 2010, № 9 (1454).
101. Мій коледж: газета Івано-Франківського фінансово-комерційного кооперативного коледжу ім. С. Граната / Гол. ред. Т. Волочій. – Івано-Франківськ, 2013. – 4 с. – 2013, № 1.
102. Мій коледж: газета Івано-Франківського фінансово-комерційного кооперативного коледжу ім. С. Граната / Гол. ред. Т. Волочій. – Івано-Франківськ, 2013. – 4 с. – 2013, № 2.
103. Мій коледж: газета Івано-Франківського фінансово-комерційного кооперативного коледжу ім. С. Граната / Гол. ред. Т. Волочій. – Івано-Франківськ, 2013. – 4 с. – 2013, № 3.
104. Мій коледж: газета Івано-Франківського фінансово-комерційного кооперативного коледжу ім. С. Граната / Гол. ред. Т. Волочій. – Івано-Франківськ, 2013. – 4 с. – 2013, № 4.

### Неофіційні видання вищих навчальних закладів.

105. Сова: студентська газета Української академії друкарства / Гол. ред. В. Вакуленко. – Львів, 2004. – 8 с. – 2004, № 1.
106. Сова: студентська газета Української академії друкарства / Гол. ред. В. Вакуленко. – Львів, 2005. – 20 с. – 2005, № 3.
107. Сова: студентська газета Української академії друкарства / Гол. ред. В. Вакуленко. – Львів, 2005. – 20 с. – 2005, № 5.
108. Students and biology / Гол. ред. А. Фляк. – К., 2007. – 12 с. – 2007, № 1.
109. Students and biology / Гол. ред. А. Фляк. – К., 2007. – 12 с. – 2007, № 2.
110. Тіко Так: експериментальна газета видавців / Гол. ред. А. Садова. – Запоріжжя, 2008. – 8 с. – 2008, № 2.
111. Країна Спорт. – Львів, 2009. – 16 с. – 2009, № 3.
112. Країна спорту. – Львів, 2009. – 16 с. – 2009, № 4.
113. Галас / Гол. ред. К. Палюх. – Львів, 2008. – 12 с. – 2008, № 7.
114. На 100 % / Гол. ред. С. Гісь. – Тернопіль, 2008. – 12 с. – 2008, № 1.
115. Підголоско 76: газета про студентське життя. – Львів. – 8 с. – № 1 (1).
116. Підголоско 76: газета про студентське життя. – Львів. – 12 с. – № 2 (2).
117. Підголоско 76: газета про студентське життя. – Львів. – 12 с. – № 3 (3).
118. Підголоско 76: газета про студентське життя – Львів. – 12 с. – № 2 (6).
119. Студентський поліграфіст / Гол. ред. Н. Шегда. – Львів, 2008. – 16 с. – № 1.
120. Креденс / Гол. ред. О. Конопка. – Львів, 2008. – 32 с. – № 4.
121. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. Н. Меценко. – 2003 – . – К., 2008. – 12 с. – 2008, № 1 (19).
122. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. Н. Меценко. – 2003 – . – К., 2008. – 12 с. – 2008, № 2 (20).
123. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. Н. Меценко. – 2003 – . – К., 2009. – 12 с. – 2009, № 3 (21).
124. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. М. Дімова. – 2003 – . – К., 2009. – 12 с. – 2009, № 4 (22).
125. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. М. Дімова. – 2003 – . – К., 2009. – 12 с. – 2009, № 5 (23).
126. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. А. Волкова. – 2003 – . – К., 2010. – 16 с. – 2010, № 9.
127. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. І. Журило. – 2003 – . – К., 2010. – 16 с. – 2010, № 10.
128. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. І. Журило. – 2003 – . – К., 2010. – 16 с. – 2010, № 11.
129. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. І. Журило. – 2003 – . – К., 2010. – 16 с. – 2010, № 12.

130. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. І. Журило. – 2003 – . – К., 2011. – 16 с. – 2011, № 2.
131. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. І. Журило. – 2003 – . – К., 2011. – 16 с. – 2011, № 3.
132. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. І. Журило. – 2003 – . – К., 2011. – 16 с. – 2011, № 4.
133. Біплан: оперативно-публіцистичне студентське видання НАУ / Гол. ред. І. Журило. – 2003 – . – К., 2011. – 16 с. – 2011, № 5.
134. Студентський пульс: газета студентів інженерно-фізичного факультету НТУУ «КПІ». – К., 2007. – 4 с. – Щоміс., 2007, № 2.
135. Студентський пульс: газета студентів інженерно-фізичного факультету НТУУ «КПІ». – К., 2008. – 4 с. – Щоміс., 2008, № 4.
136. Студентський пульс: газета студентів інженерно-фізичного факультету НТУУ «КПІ». – К., 2008. – 4 с. – Щоміс., 2008, № 5.
137. Studpuls: газета студентів інженерно-фізичного факультету НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Ю. Баранова. – К., 2008. – 4 с. – Щоміс., 2008, № 6.
138. Studpuls: газета студентів інженерно-фізичного факультету НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Ю. Баранова. – К., 2008. – 4 с. – Щоміс., 2008, № 7.
139. Studpuls: газета студентів інженерно-фізичного факультету НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Ю. Баранова. – К., 2008. – 4 с. – Щоміс., 2008, № 1 (9).
140. Studpuls: газета студентів інженерно-фізичного факультету НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Ю. Баранова. – К., 2008. – 4 с. – Щоміс., 2008, № 4 (12).
141. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2009. – 4 с. – Щоміс., 2009, № 3 (13).
142. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2009. – 4 с. – Щоміс., 2009, № 4 (14).
143. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2009. – 4 с. – Щоміс., 2009, № 1 (16).
144. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2009. – 8 с. – Щоміс., 2009, № 2 (17).
145. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2009. – 12 с. – Щоміс., 2009, № 3 (18).
146. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2009. – 12 с. – Щоміс., 2009, № 4 (19).
147. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2009. – 12 с. – Щоміс., 2009, № 5 (20).
148. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2009. – 8 с. – Щоміс., 2009, № 6 (21).
149. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2009. – 12 с. – Щоміс., 2009, № 7 (22).
150. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2010. – 8 с. – Щоміс., 2010, № 8 (23).
151. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2010. – 8 с. – Щоміс., 2010, № 9 (24).
152. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2010. – 8 с. – Щоміс., 2010, № 10 (25).
153. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2010. – 12 с. – Щоміс., 2010, № 11 (26).

## Продовження додатку А. 2

154. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2010. – 12 с. – Щоміс., 2010, № 12 (27).
155. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2010. – 12 с. – Щоміс., 2010, № 13 (28).
156. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. Т. Шевчук. – К., 2010. – 8 с. – Щоміс., 2010, № 1 (29).
157. Studpuls: газета студентів ІФФ НТУУ «КПІ» / Гол. ред. А. Корнієнко. – К., 2010. – 12 с. – Щоміс., 2010, № 5 (31).
158. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. В. Роєнко. – К., 2009. – 8 с. – 2009, № 18 (47).
159. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. В. Роєнко. – К., 2009. – 8 с. – 2009, № 19 (48).
160. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. В. Роєнко. – К., 2009. – 8 с. – 2009, № 2 (50).
161. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. В. Роєнко. – К., 2009. – 12 с. – 2009, березень.
162. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2011. – 12 с. – 2011, № 14 (71).
163. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2011. – 16 с. – 2011, № 15 (72).
164. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2011. – 36 с. – 2011, № 16 (73).
165. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2011. – 24 с. – 2011, № 17 (74).
166. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2012. – 28 с. – 2012, № 1 (75).
167. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2012. – 20 с. – 2012, № 2 (76).
168. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2012. – 28 с. – 2012, № 4 (78).
169. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2012. – 20 с. – 2012, № 5 (79).
170. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2012. – 20 с. – 2012, № 6 (80).
171. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2012. – 20 с. – 2012, № 7 (81).
172. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2012. – 28 с. – 2012, № 1 (82).
173. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2012. – 32 с. – 2012, № 2 (83).
174. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2012. – 20 с. – 2012, грудень.
175. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. М. Овчіннікова. – К., 2013. – 16 с. – 2013, № 1 (89).
176. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. М. Овчіннікова. – К., 2013. – 24 с. – 2013, № 2 (90).
177. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. К. Москаленко. – К., 2013. – 20 с. – 2013, лютий.

## Продовження додатку А. 2

178. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. М. Овчіннікова. – К., 2013. – 24 с. – 2013, березень.
179. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. М. Овчіннікова. – К., 2013. – 36 с. – 2013, квітень.
180. Слог: газета факультету соціології і права / Гол. ред. М. Овчіннікова. – К., 2013. – 20 с. – 2013, червень.
181. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2005. – 36 с. – 2005, № 1.
182. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2005. – 20 с. – 2005, № 2.
183. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2005. – 20 с. – 2005, № 3.
184. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2005. – 32 с. – 2005, № 4.
185. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2005. – 20 с. – 2005, № 5-6.
186. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2006. – 28 с. – 2006, № 1.
187. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2006. – 28 с. – 2006, № 2.
188. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2006. – 28 с. – 2006, № 3.
189. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2006. – 28 с. – 2006, № 4.
190. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2006. – 24 с. – 2006, № 5.
191. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2006. – 20 с. – 2006, № 6.
192. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Дудкін. – 1997 – . – К., 2007. – 28 с. – 2007, № 1.
193. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Клаус. – 1997 – . – К., 2007. – 30 с. – 2007, № 2 – 3.
194. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Клаус. – 1997 – . – К., 2007. – 32 с. – 2007, № 4 – 5.
195. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Клаус. – 1997 – . – К., 2007. – 32 с. – 2007, № 6 – 7.
196. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Клаус. – 1997 – . – К., 2007. – 32 с. – 2007, № 8.
197. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Клаус. – 1997 – . – К., 2007. – 36 с. – 2007, № 9.
198. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Клаус. – 1997 – . – К., 2007. – 32 с. – 2007, № 10.
199. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Клаус. – 1997 – . – К., 2007. – 44 с. – 2007, № 11.
200. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Клаус. – 1997 – . – К., 2007. – 52 с. – 2007, № 12.
201. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. В. Клаус. – 1997 – . – К., 2008. – 52 с. – 2008, № 1.





## Продовження додатку А. 2

252. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. Ю. Кочур. – 1997 – . – К., 2013. – 20 с. – 2013, № 6.
253. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. Ю. Кочур. – 1997 – . – К., 2013. – 20 с. – 2013, № 7 – 8.
254. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. С. Присухін. – 1997 – . – К., 2013. – 20 с. – 2013, № 9.
255. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. К. Литвин. – 1997 – . – К., 2013. – 20 с. – 2013, № 10.
256. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. К. Литвин. – 1997 – . – К., 2013. – 20 с. – 2013, № 11.
257. Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь / Гол. ред. К. Литвин. – 1997 – . – К., 2013. – 20 с. – 2013, № 12.
258. Stud-Life: газета ННІ «Економіки, менеджменту та права» / Гол. ред. О. Кобилочна. – 2013 – . – Рівне, 2014. – 6 с. – 2014, № 2.
259. Stud-Life: газета ННІ «Економіки, менеджменту та права» / Гол. ред. О. Кобилочна. – 2013 – . – Рівне, 2014. – 6 с. – 2014, № 3.
260. Stud-Life: газета ННІ «Економіки, менеджменту та права» / Гол. ред. О. Кобилочна. – 2013 – . – Рівне, 2014. – 6 с. – 2014, № 4.
261. Zaczek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. І. Ткач та О. Масляна. – 2006 – . – Тернопіль, 2006. – 22 с. – 2006, № 1.
262. Zaczek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. І. Ткач та О. Масляна. – 2006 – . – Тернопіль, 2006. – 30 с. – 2006, № 2.
263. Zaczek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. І. Ткач та О. Масляна. – 2006 – . – Тернопіль, 2007. – 30 с. – 2007, № 3.
264. Zaczek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. І. Ткач та О. Масляна. – 2006 – . – Тернопіль, 2007. – 36 с. – 2007, № 4.
265. Zaczek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. І. Ткач та О. Масляна. – 2006 – . – Тернопіль, 2007. – 32 с. – 2007, № 5.
266. Zaczek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. І. Ткач та О. Масляна. – 2006 – . – Тернопіль, 2007. – 30 с. – 2007, № 6.
267. Zaczek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. І. Ткач та О. Масляна. – 2006 – . – Тернопіль, 2007. – 24 с. – 2007, № 7.
268. Zaczek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. І. Ткач та О. Масляна. – 2006 – . – Тернопіль, 2007. – 16 с. – 2007, № 8.
269. Zaczek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. І. Ткач та О. Масляна. – 2006 – . – Тернопіль, 2009. – 38 с. – 2009, № 1.
270. Zaczek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. О. Вархолик. – 2006 – . – Тернопіль, 2009. – 48 с. – 2009, № 2.

## Продовження додатку А. 2

271. Zaszek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. О. Вархолик. – 2006 – . – Тернопіль, 2009. – 38 с. – 2009, № 3.
272. Zaszek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. О. Вархолик. – 2006 – . – Тернопіль, 2010. – 28 с. – 2010, № 1 (6).
273. Zaszek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. О. Вархолик. – 2006 – . – Тернопіль, 2010. – 42 с. – 2010, № 4.
274. Zaszek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. О. Вархолик. – 2006 – . – Тернопіль, 2010. – 36 с. – 2010, № 5.
275. Zaszek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. О. Вархолик. – 2006 – . – Тернопіль, 2011. – 20 с. – 2011, № 4 (9).
276. Zaszek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. О. Вархолик. – 2006 – . – Тернопіль, 2011. – 24 с. – 2011, № 5 (10).
277. Zaszek: студентська газета Тернопільського інституту соціальних та інформаційних технологій / Гол. ред. С. Черній. – 2006 – . – Тернопіль, 2011. – 42 с. – 2011, № 1 (11).

### Незалежні студентські видання.

278. Stud times: молодіжний медіа-ресурс / Гол. ред. І. Панчишин. – Львів, 2011. – 8 с. – Щоміс., 2011, № 1.
279. Рупор / Гол. ред. І. Ященко. – К., 2008. – 60 с. – 2008, № 1.
280. Рупор / Гол. ред. І. Ященко. – К., 2008. – 52 с. – 2008.
281. А5: газета для молоді яку створює молодь / Гол. ред. Ю. Мархель. – Кіровоград, 2008. – 16 с. – 2008, № 1.
282. Студент plus / Гол. ред. Я. Екснер. – Київ, 2008. – 32 с. – 2008, № 42.
283. FreeStyle Business: перша вінницька міська молодіжна газета / Гол. ред. Т. Лисюк. – Вінниця, 2007. – 8 с. – 2007, № 2.
284. Балкон / Гол. ред. В. Місяйло. – Львів, 2010. – 16 с. – 2010, № 1.
285. П'ятниця / Гол. ред. С. Крижанівська. – Львів, 2009. – 8 с. – 2009, № 1 (1).
286. П'ятниця / Гол. ред. С. Крижанівська. – Львів, 2010. – 16 с. – 2010, № 11 (11).
287. П'ятниця / Гол. ред. С. Крижанівська. – Львів, 2011. – 8 с. – 2011, № 2 (18).
288. 100 % молодіжна газета / Гол. ред. Н. Дячук. – Червоноград, 2008. – 8 с. – 2008, № 1.
289. Університет: студентський журнал не лише про упаковку / Гол. ред. Н. Ільчук. – К., 2002. – 8 с. – № 2 (8).

### Видання студентських організацій.

290. Хід / Гол. ред. А. Розлуцька. – Львів. – 24 с., № 3.
291. Хід / Гол. ред. А. Розлуцька. – Львів. – 24 с., № 4.
292. Лови момент: газета студентської ради філософського факультету ЛНУ ім. І. Франка. – Львів, 2007. – 8 с. – 2007, № 2.

## Закінчення додатку А. 2

293. Лови момент: газета студентської ради філософського факультету ЛНУ ім. І. Франка. – Львів, 2007. – 8 с. – 2007, № 3.
294. Лови момент: газета студентської ради філософського факультету ЛНУ ім. І. Франка. – Львів, 2008. – 8 с. – 2008, № 4.
295. В5: газета Студентської ради Української академії друкарства / Гол. ред. Г. Кавун. – Львів, 2008. – 16 с. – № 1.
296. В5: газета Студентської ради Української академії друкарства / Гол. ред. Г. Кавун. – Львів, 2008. – 24 с. – № 2.
297. В5: газета Студентської ради Української академії друкарства / Гол. ред. Г. Кавун. – Львів, 2008. – 24 с. – № 3.
298. В5: газета Студентської ради Української академії друкарства / Гол. ред. Я. Туренко. – Львів, 2008. – 16 с. – № 4.
299. В5: газета Студентської ради Української академії друкарства / Гол. ред. І. Кулик. – Львів, 2008. – 32 с. – № 5.
300. В5: газета Студентської ради Української академії друкарства / Гол. ред. Н. Шегда. – Львів, 2008. – 16 с. – № 6.
301. Острозька академія: друкований орган Братства спудеїв Національного університету «Острозька академія» / Гол. ред. В. Скуба. – Острог, 2009. – 8 с. – 2009, № 8 (67).
302. Острозька академія: друкований орган Братства спудеїв Національного університету «Острозька академія» / Гол. ред. В. Скуба. – Острог, 2009. – 8 с. – 2009, № 9 (68).
303. Острозька академія / Гол. ред. В. Скуба. – Острог, 2009. – 8 с. – 2009, № 11 (70).
304. Острозька академія / Гол. ред. В. Скуба. – Острог, 2009. – 8 с. – 2009, № 12 (71).
305. Острозька академія / Гол. ред. В. Скуба. – Острог, 2010. – 8 с. – 2010, січень.
306. Острозька академія / Гол. ред. В. Скуба. – Острог, 2010. – 8 с. – 2010, № 1 (73).
307. Острозька академія: студентський аналітично-мистецький журнал / Гол. ред. А. Гордійчук. – Острог, 2010. – 12 с. – 2010, № 2 (2).
308. Острозька академія: студентський аналітично-мистецький журнал / Гол. ред. А. Гордійчук. – Острог, 2010. – 12 с. – 2010, № 1 (3).
309. Острозька академія: студентський аналітично-мистецький журнал / Гол. ред. А. Гордійчук. – Острог, 2010-2011. – 12 с. – 2010-2011, № 2 (4).
310. Ять: мотивуюче-демотивуюча газета / Гол. ред. А. Зелінська. – 2011 – . – К., 2011. – 8 с. – 2011, № 1 (1).
311. Ять: мотивуюче-демотивуюча газета / Гол. ред. А. Зелінська. – 2011 – . – К., 2011. – 12 с. – 2011, № 2 (2).
312. Ять: мотивуюче-демотивуюча газета / Гол. ред. А. Зелінська. – 2011 – . – К., 2011. – 8 с. – 2011, № 3 (3).
313. Ять: мотивуюче-демотивуюча газета / Гол. ред. А. Зелінська. – 2011 – . – К., 2011. – 8 с. – 2011, № 4 (4).
314. Ять: мотивуюче-демотивуюча газета / Гол. ред. А. Зелінська. – 2011 – . – К., 2011. – 8 с. – 2011, № 5 (5).
315. Ять: мотивуюче-демотивуюча газета / Гол. ред. А. Зелінська. – 2011 – . – К., 2011. – 10 с. – 2011, № 6.
316. Ять: мотивуюче-демотивуюча газета / Гол. ред. А. Зелінська. – 2011 – . – К., 2012. – 10 с. – 2012, № 8.
317. Ять: мотивуюче-демотивуюча газета / Гол. ред. А. Зелінська. – 2011 – . – К., 2012. – 14 с. – 2012, № 9.

## Додаток А. 3. Список проаналізованих періодичних студентських інтернет-видань

Преса в інтернеті продовжує стрімко розвиватися, що, звичайно, впливає і на процеси у розвитку студентської періодици. Чимало видань створено останніми роками, проте варто сказати, що у них не використовуються усі можливості, які надає мережа. Також багато з них функціонують не довго, можливо це пов'язане з незацікавленням у ній студентів через невдалий контент. Студентська інтернет-періодика розвиватиметься інтенсивніше, коли її видавці правильно і своєчасно публікуватимуть матеріали.

### Список проаналізованих інтернет-видань:

#### Офіційні сайти ВНЗ.

1. [Студентський портал МДПУ](http://studport.mdp.u.org.ua/index.php). – Режим доступу: <http://studport.mdp.u.org.ua/index.php> – Назва з екрана.
2. Одеський коледж транспортних технологій: ВНЗ I – II рівня акредитації. – Режим доступу: <http://otzt.ucoz.ua/forum> – Назва з екрана.
3. Херсонський державний аграрний університет. – Режим доступу: [http://www.ksau.kherson.ua/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=14&Itemid=33](http://www.ksau.kherson.ua/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=14&Itemid=33) – Назва з екрана.
4. Студентський портал ІФУП ім. Короля Данила Галицького. – Режим доступу: <http://student-iful.at.ua/> – Назва з екрана.
5. Студентський портал Київського славістичного університету: мегазбірка навчальних матеріалів. – Режим доступу: <http://sr.ksu.edu.ua/> – Назва з екрана.
6. Студентський сайт: Луганський національний університет ім. Т. Шевченка. – Режим доступу: <http://student.luguniv.edu.ua/> – Назва з екрану.
7. Студентський портал економічного факультету Уманського державного педагогічного університету ім. П. Тичини. – Режим доступу: <http://stundef.udpu.org.ua/> – Назва з екрану.
8. Ua student: портал. – Режим доступу: <http://uastudent.com/> – Назва з екрана.
9. Knlucub. – Режим доступу: <http://knlucub.net/> – Назва з екрану.

#### Неофіційні сайти ВНЗ.

10. Жужу: газета набридливих журналістів. – Режим доступу: <http://zuzimo.org.ua/>; <http://lovi-moment.com.ua/author/zzuzuzu> – Назва з екрана.
11. Студентське біологічне товариство. – Режим доступу: <http://www.sbt.ukma.kiev.ua/> - неактивний
12. Студентський портал БДФА. – Режим доступу: <http://studbdfa.ucoz.ru/> – Назва з екрану.
13. Студентський форум. – Режим доступу: <http://sf.nung.edu.ua/> – Назва з екрана.
14. New формати: студентська газета. – Режим доступу: <http://newformaty.com.ua> – Назва з екрана.

### Інтернет-газети студентських організацій.

15. Донецкий обласной студенческий портал: донецкая ассоциация студенческих правозащитных организаторов. – Режим доступу: <http://studportal.dn.ua/> – Назва з екрана.
16. Студентський правозахисний портал. – Режим доступу: <http://www.profkom.info/> – Назва з екрана.
17. Studua: незалежний портал студентських самоврядувань та громадських об'єднань. – Режим доступу: <http://studua.org/> – Назва з екрану.

### Незалежні студентські інтернет-газети.

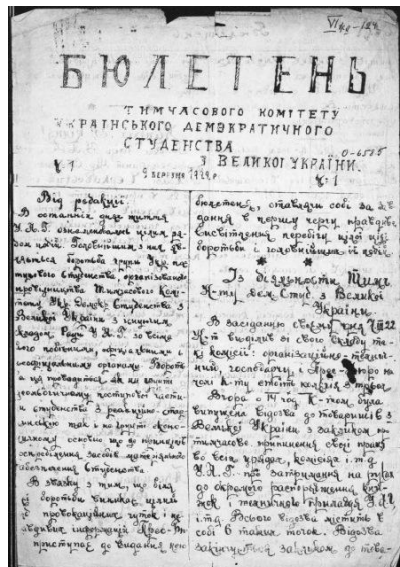
18. Ять: мотивуюче-демотивуюча студентська газета. – Режим доступу: <http://jat.in.ua/>. – Назва з екрана.
19. Пороги: незалежний студентський портал Запоріжжя. – Режим доступу: <http://porogy.zp.ua/> – Назва з екрана.
20. ЗаПари нет: всеукраїнський студентський портал. – Режим доступу: <http://zaparu.net/> – Назва з екрана.
21. Студклуб: полтавський студентський портал. – Режим доступу: <http://www.studclub.poltava.ua/> – Назва з екрану.
22. Студентська столиця. – Режим доступу: <http://studentscapital.org/> – Назва з екрану.
23. Интеллектуальная столица: Всеукраїнський студентський портал. – Режим доступу: <http://studlib.org.ua/> – Назва з екрану.
24. Студка: студентський портал міста Рівного. – Режим доступу: <http://stydka.rv.ua/info/nuwgp.html> – Назва з екрану.
25. Черниговский студенческий портал. – Режим доступу: <http://stydent.org.ua/> – Назва з екрана.
26. Studic info. – Режим доступу: <http://studic.info/> – Назва з екрана.
27. Vivanau: студентський інформаційний портал. – Режим доступу: <http://vivanau.net/> – Назва з екрану.

## Додаток Б. Взірці студентських видань з бібліотечних архівів

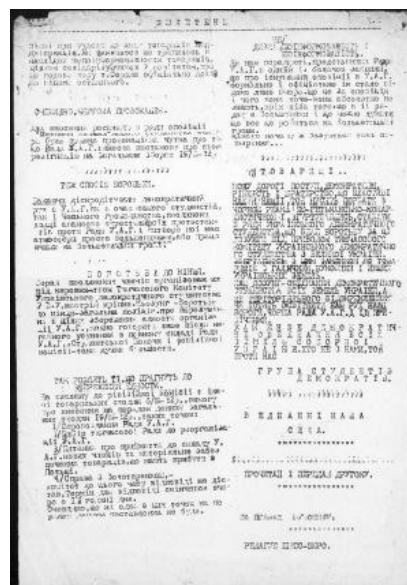
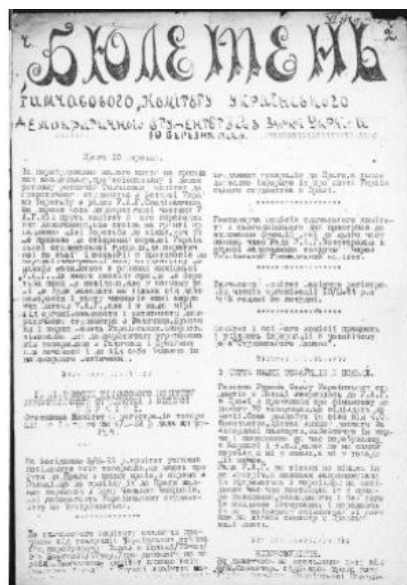
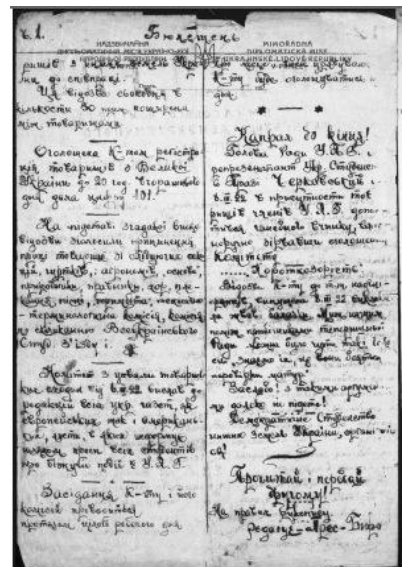
Дивлячись на тогочасні видання, можна побачити, яким було художньо-технічне оформлення, структура газет, з публікацій можна дізнатися про тогочасні ідеологічні настрої, які продиктувало саме суспільство або представники влади.



Оса. Студентська часопись. – Станіславів. – 1907.

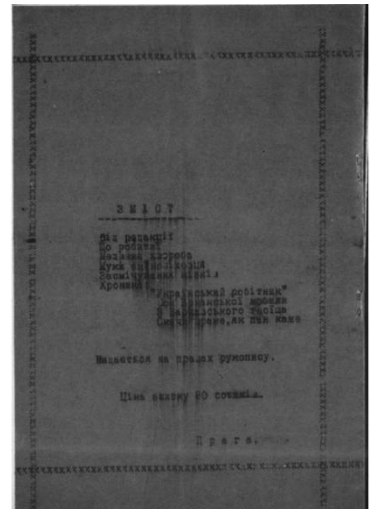
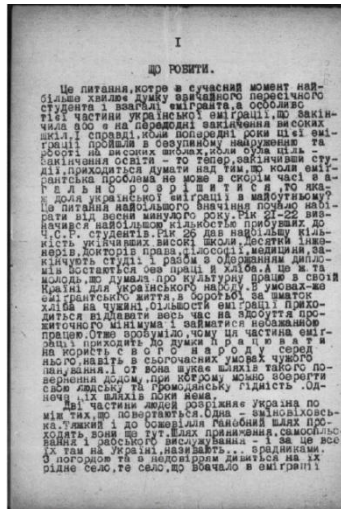
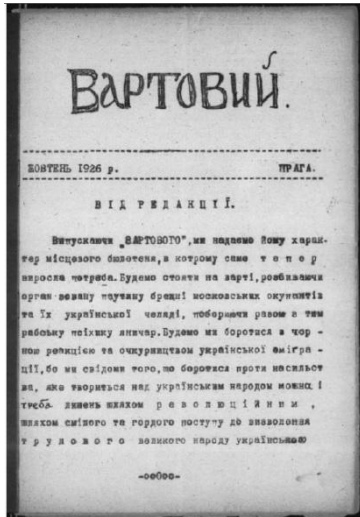
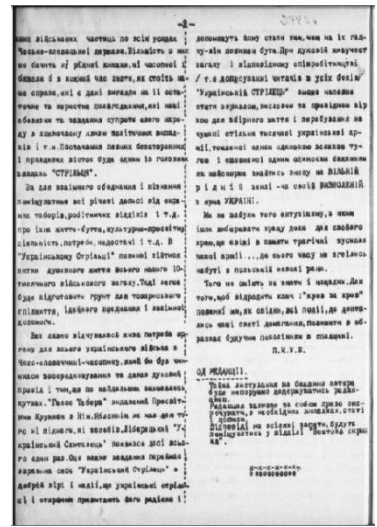


Бюлетень Тимчасового Комітету Українського Демократичного Студентства з Великої України. – 1922. – Ч. 1.



Бюлетень Тимчасового Комітету Українського Демократичного Студентства з Великої України. – 1922. – Ч. 2.

Український стрілець. – 1920. – Ч. 1.



Вартовий. – Прага, 1926. – Ч. 1.



Молодой ленинец. – 1925. – Ч. 1.



Радянський поліграфіст. – Львів, 1974.





## Додаток В. 2. Структура періодичних інтернет-видань: взірці

В студентських інтернет-виданнях використовують таку ж структуру, як і на інформаційних сайтах. Якщо авторами сайту є самі студенти, то структура не завжди зручна для користувачів: на сторінці може бути забагато матеріалів, або ж навпаки рубрики зі статтями сховані. Серед недоліків деяких сайтів – низька мультимедійність та інтерактивність. Хоча такі видання допомагають студентам у навчанні та надають більше можливостей, ніж друковані.



Студклуб



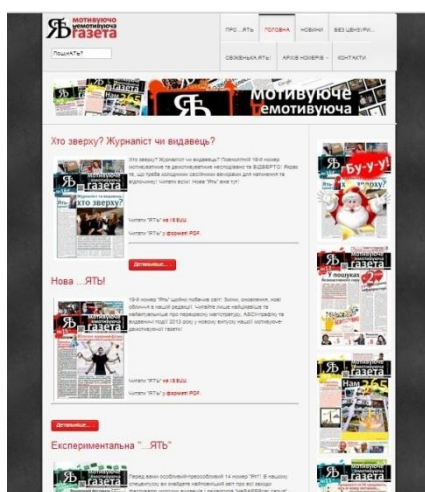
Інтелектуальна столиця



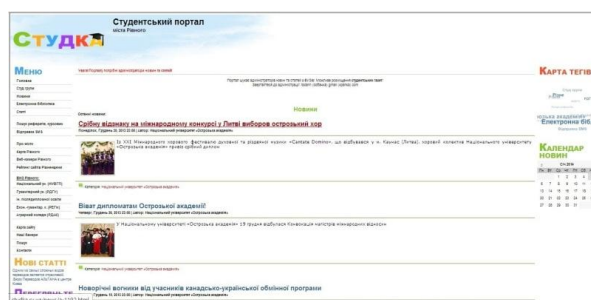
Пороги



Жужузу



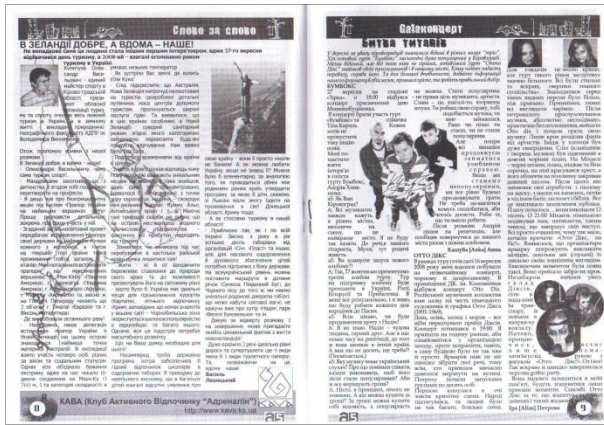
Ять



Студка

# Додаток Г. 1. Художньо-технічне оформлення друкованих періодичних видань: взірці верстки

В усіх газетах намагаються створити цікаве художньо-технічне оформлення, хоча це не завжди вдається зробити якісно та професійно, оскільки деякі з них заверстані в непризначеному для верстання програмному забезпеченні. При верстанні студенти роблять помилки, які ускладнюють читання (наприклад, накладають зображення на текст, підверстують текст до самого зображення), недоречно чи невдало використовують елементи, які мали б естетично поліпшити шпальту (невдало підібрані художньо-технічні елементи; зображення, які не пов'язані з текстом; невдало підібрані кольори) та ігнорують правилами верстання.



А 5



Студент плюс



Експеримент



Рупор



Students and biology



Zaczek

## Додаток Г. 2. Дизайн періодичних інтернет-видань: взірці

Саме від дизайну електронних видань залежить чи буде сайт впізнаваним і чи зацікавить користувачів. Основні помилки студентів при створенні електронних видань в Інтернеті: на багатьох сайтах використовують нейтральний дизайн і звичайне візуальне оформлення; не завжди уникають сполучення тексту, графіки та фону з подібною насиченістю кольорів; використовують занадто темні фони.



Студентський портал ЕФ УДПУ



Студентська столиця



Студентський сайт Луганського НУ



Чернігівський студентський портал



Донецький обласний студентський портал



Студентське біологічне товариство

# Додаток Д. Реклама у студентських друкованих виданнях

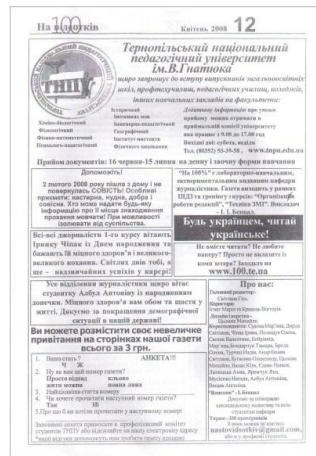
Частково проблему з фінансуванням студенти вирішують за допомогою публікації реклами у своїх виданнях. Звичайно, таке явище не поширене, але вже немало редакцій використовують цей спосіб для отримання коштів. У багатьох випадках це періодичні видання, які мають свій передплатний індекс, а значить і передплатників.



Аудиторія



Аудиторія



На 100 %



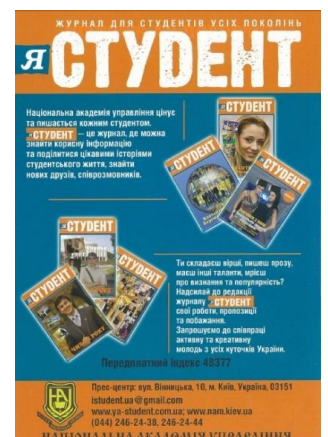
Freestyle and business



Студент plus



Студент plus

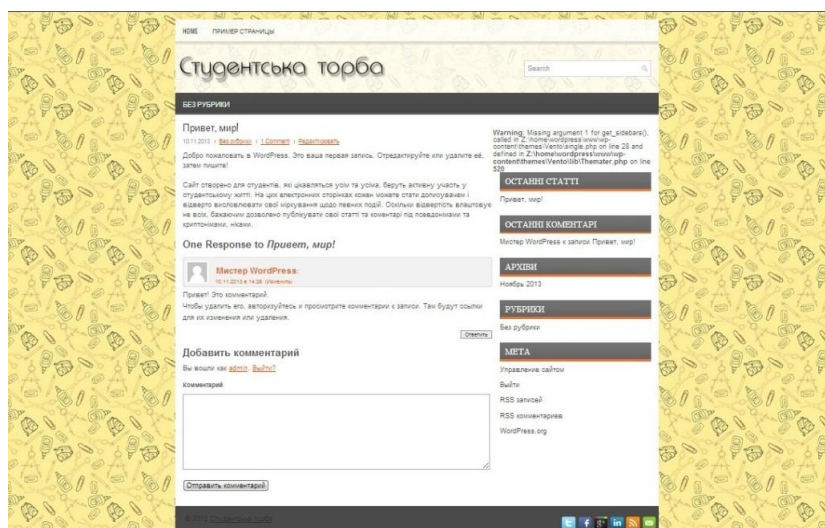
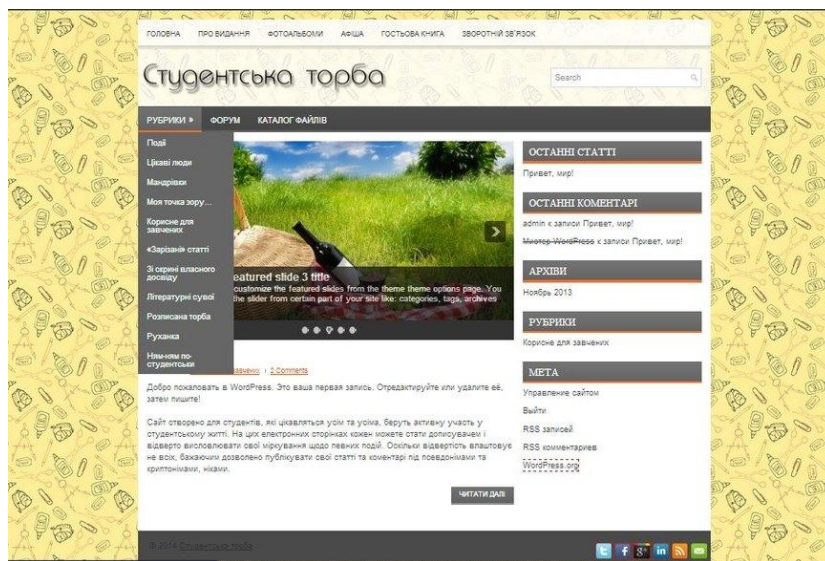


Я, студент



## Закінчення додатку Е

Можна залучити студента, який вмiє створювати сайти і погодиться зробити це безкоштовно. У такому випадку інтернет-газета буде незалежною від меценатів та обов'язкової реклами, але при цьому варто обирати безкоштовний хостинг. Великий недолік полягає у тому, що не варто сподіватися на швидке і якісне виконання роботи.

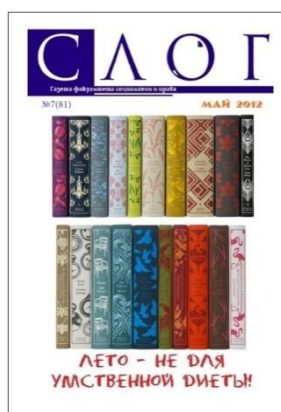
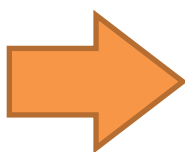


## Додаток Є. 1. Взірці давніх та сучасних студентських періодичних видань. Перші шпальти

Можна побачити як змінилися студентські періодичні видання більш ніж за сотню років. Ще у 1921 році деякі з цих газет були рукописними, а тепер науково-технічний прогрес використовують не лише для створення цікавих друкованих видань, але й для інтернет-періодики, яка принципово відрізняється від своїх попередників не тільки способом подання та розповсюдження інформації, але й можливістю швидкої комунікації з реципієнтами.



Вісоть. – 1921. – Ч.1.



Слог



Студент plus



Якіта



Студентське біологічне товариство



Чернігівський студентський портал

## Додаток Є. 2. Взірці давніх та сучасних студентських періодичних видань. Верстка та дизайн

Відрізняються також верстка та дизайн студентських видань. У сучасних виданнях активніше використовують цікаві художньо-графічні ідеї. Крім інтернет-періодики з'явилися електронні видання – в сучасних електронних гаджетах можна гортати заверстані друковані примірники, збережені у спеціальних форматах.



Віхоть. – 1921. – Ч.1.



Рупор



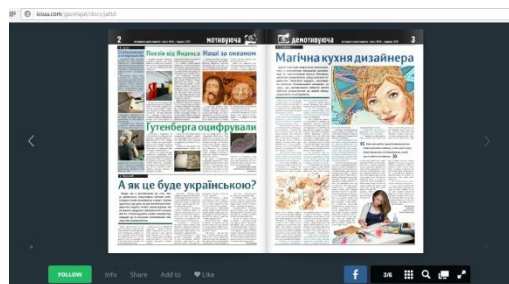
Я, студент



New формати



ЗаПари нет



Ять