

Вернигора Н. М.,

канд. наук із соц. комунік., доцент,
Інститут журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка
n.vernyhora@kubg.edu.ua

Куліш Я. О.,

студентка III курсу
Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка
yokulish.ij16@kubg.edu.ua

Vernyhora Nina,

Candidate of Sciences on Social Communications,
Associate Professor, Institute of Journalism
of Borys Grinchenko Kyiv University
n.vernyhora@kubg.edu.ua

Kulich Yaroslava,

III year student,
Institute of Journalism
of Borys Grinchenko Kyiv University
yokulish.ij16@kubg.edu.ua

УДК 007: 304: [070]: 001: 37

DOI: 10.28925/2524-2644.2018.6.12

ФЕСТИВАЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ КИЇВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

FESTIVAL ACTIVITY OF THE INSTITUTE OF JOURNALISM OF BORYS GRINCHENKO KYIV UNIVERSITY

Анотація. У цьому матеріалі розкрито тему фестивальної діяльності Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. Зокрема, розглянуто фестивальну діяльність з таких позицій: 1) соціальної роботи; 2) профорієнтаційної роботи; 3) іміджеві заходи; 4) неформальна освіта. Названо й охарактеризовано фестивалі, які навчальний заклад проводить впродовж навчального року. Вказано мету і завдання цих заходів, проаналізовано результати і напрацювання, описано роль і місце фестивальної роботи в навчальному процесі. Детальніше автори дослідження зупиняються на фестивалях кафедри видавничої справи. Спираючись на власний досвід організаційної та викладацької роботи автори роблять висновки про додаткові можливості неформальної освіти та здобуті студентами під час практичного навчання вміння, навички і фахові компетентності.

Ключові слова: фестивальна діяльність закладу вищої освіти, іміджеві заходи Інституту журналістики, соціальна робота, профорієнтаційна робота, Київський університет імені Бориса Грінченка.

Abstract. The article considers the subject of festival activity of the Institute of Journalism of Borys Grinchenko Kyiv University. In particular, the festival activity is considered as social work, career guidance, an image event, a non-formal education. Festivals that are organized by the educational institution during the academic year are named and characterized. The aim and tasks of these events are identified, the results are analyzed, the role and place of festival work during the educational process are described. The authors of the research considered in detail the festivals of the Chair of Publishing Studies. Drawing on their own experience of organizational and teaching work, the authors conclude on the additional opportunities of non-formal education and the students acquired during practical training of skills, skills and professional competences.

Keywords: festival activity of an educational institution, image events of the Institute of Journalism, social work, career guidance, Borys Grinchenko Kyiv University.

Вступ. Упродовж навчального року Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка проводить низку фестивалів різного тематичного спрямування, даючи можливість студентам різних спеціальностей взяти

участь в організації та проведенні фестивальних заходів та отримати важливі для майбутньої професійної діяльності вміння і навички. Тобто йдеться про освітню функцію фестивальної діяльності. Також пропонуємо розглянути цей напрям роботи

© Вернигора Н. М., Куліш Я. О., 2018

освітнього закладу з позиції іміджевих заходів та як ефективний засіб профорієнтаційної і соціальної роботи. Саме це й зумовлює *актуальність теми дослідження*.

Огляд літератури і попередніх досліджень. Більшість дослідників вивчає фестиваль із точки зору його розважальної функції. Так, дослідник В. П. Зайцев зазначав, що «фестиваль – це свято особливого виду, для якого характерні розмах і масовість, і сьогодні фестивалем називають велике торжество зі значною кількістю учасників і заходів» [1, с. 212]. У цьому ж контексті розглядає фестиваль і науковець М. П. Мрига: «Фестиваль – це дійство культурно-розважального характеру, яке придумане для того, щоб нести в народ певні традиції й емоції» [2, с. 103].

Науковець О. І. Григор'єва підкреслює підсумкову роль фестивалю, де узагальнюється найкращий мистецький досвід: «Фестиваль – це огляд найкращих досягнень мистецтва, і водночас це змагання, учасники якого обираються спеціальним журі в результаті попередніх відбірних оглядів» [3, с. 146]. Перегукється з цим розумінням фестивальної діяльності і погляд автора книги «Географія туризму. Навчальний посібник» А. А. Самойленко: «Фестиваль – це свято особливого виду, яке відрізняється особливим розмахом, динамізмом і масовістю. Сьогодні фестиваль – це широка суспільна, святкова зустріч, супроводжувана оглядом досягнень будь-яких видів мистецтв» [4, с. 132; див. також: 5; 6].

Мета наукового повідомлення – висвітлити результати дослідження фестивальної діяльності з позицій профільної роботи навчального закладу.

Для реалізації зазначеної мети визначено такий перелік *завдань*: проаналізувати результати фестивальної діяльності з позицій профільної роботи навчального закладу; визначити функції фестивалю, що відповідають напрямам профільної роботи інституту; дослідити прийоми та методи взаємодії формальної та неформальної освіти в сфері підготовки фахівців журналістських спеціальностей.

Об'єкт дослідження – фестивальна діяльність Інституту журналістики.

Предмет дослідження – вплив фестивальної діяльності на поліпшення іміджу навчального закладу та підвищення якості освіти.

Методи дослідження. Реалізація мети та завдань роботи обумовила використання низки методів. Для вивчення стану розробленості теми було застосовано метод систематизації. Аналіз допоміг виокремити специфіку організації студентських фестивалів «Smart Blog» та «Book Fashion» та їх функціональні характеристики. Методом опитування досліджено компетенції, які розвиває фестивальна діяльність. Завдяки експерименту вдалося застосувати модель організації

фестивалю для впровадження фестивалів «Smart Blog» та «Book Fashion». Узагальнити отримані знання дозволив метод синтезу.

Результати й обговорення. Фестивальні і конкурсні заходи, які Інститут журналістики проводить упродовж навчального року (див. Табл. 1), мають різне тематичне й аудиторне спрямування.

Таблиця 1.

Фестивали і конкурси Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

№	Назва заходу	Час проведення, організатори
1	Всеукраїнський фотоконкурс для творчої молоді «Країна змін»	Жовтень, кафедра журналістики та нових медіа
2	Церемонія нагородження «GRINCHENKO JOURNALIST»	Листопад, дирекція Інституту журналістики спільно з НСЖУ
3	Всеукраїнський фестиваль блогерів «Smart Blog»	Листопад, кафедра видавничої справи
4	Фестиваль відповідального споживання «GrinGreenFest»	Листопад, кафедра видавничої справи
5	Фестиваль Святого Миколая	Грудень, кафедра видавничої справи спільно з ТОДП КО НСПУ
6	Всеукраїнський відкритий конкурс із соціальних комунікацій для старшокласників «Перший раз в PR-клас»	Грудень, кафедра реклами і зв'язків з громадськістю
7	Конкурс журналістської творчості для старшокласників «Нові в медіа»	Березень, кафедра журналістики та нових медіа
8	Конкурс «Miss & Mister Institute of Journalism»	Березень, дирекція Інституту журналістики
9	Всеукраїнський конкурс фото і відеоробіт «Lime go to read»	Березень, кафедра бібліотекознавства та інформології
10	Всеукраїнський фестиваль буктрейлерів і промороликів «Book fashion»	Квітень, кафедра видавничої справи
11	Фестиваль анімаційної реклами	Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю
12	Міжнародний фестиваль реклами «Scotch Fest»	Травень, кафедра реклами і зв'язків з громадськістю
13	Конкурс «Молода коронація слова»	Червень, Інститут журналістики спільно з організаторами Міжнародного літературного конкурсу «Коронація слова»

Приміром, такі фестивалі, як «GrinGreenFest» (фестиваль відповідального споживання) та «Фестиваль Святого Миколая» (популяризація читання серед дітей молодшого і середнього шкільного віку), є заходами соціального спрямування. Конкурс журна-

лістської творчості для старшокласників «Нові в медіа», Всеукраїнський фотоконкурс для творчої молоді «Країна змін», Всеукраїнський фестиваль блогерів «Smart Blog», Всеукраїнський відкритий конкурс із соціальних комунікацій для старшокласників «Перший раз в PR-клас», Всеукраїнський фестиваль буктрейлерів і промороликів «Book fashion», Всеукраїнський конкурс фото і відеоробіт «Lime go to read» – ці заходи мають профорієнтаційне спрямування. Міжнародний фестиваль реклами «Scotch Fest», конкурс «Miss & Mister Institute of Journalism», церемонія нагородження «GRINCHENKO JOURNALIST» передбачають фахове змагання. Втім, кожен із названих заходів містить також освітню та іміджеву функції, що сприяє підвищенню якості освіти та популяризації навчального закладу.

Соціальний складник фестивальної діяльності. Соціальна відповідальність – один з важливих чинників сучасного громадського суспільства. Ще в 1992 р. на Всесвітньому саміті в Ріо-де-Жанейро Всесвітньою діловою радою зі сталого розвитку було запропоновано концепцію саморегулювання для бізнесу, де з-поміж інших питань йшлося й про соціальну відповідальність корпорацій і приватних підприємств перед суспільством. А вже в 1999 р. ООН прийняла Глобальний пакт. Йдеться про міжнародний моральний кодекс, що визначає всесвітні етичні принципи у сферах трудових стандартів, прав людини та навколишнього середовища [7].

Ідея соціальної відповідальності перед суспільством базується на двох концепціях:

- концепція соціально відповідального бізнесу розглядає його соціальну діяльність з точки зору інтересів суспільства і держави;
- концепція корпоративної соціальної відповідальності характеризує усвідомлення бізнесом свого боргу перед суспільством, колективом, індивідом за свої дії та їх соціальні наслідки.

Друга з концепцій набула надзвичайної популярності. На сьогодні її зміст налічує цілу низку важливих аспектів, один з яких *дискреційний*, що передбачає внесення вкладу в розвиток суспільства і поліпшення якості його життя.

Фестиваль Святого Миколая, який проводить кафедра видавничої справи спільно з творчим об'єднанням дитячих письменників Київської організації Національної спілки письменників України, має на меті популяризувати читання творів українських авторів. До фестивалю залучені дитячі письменники, художники, драматурги, педагоги, учні початкової і середньої школи, їх батьки, творчі учнівські колективи, викладачі та студенти Інституту журналістики. В процесі фестивальных подій діти отримують змогу поспілкуватися з видатними сучасниками, театральними і музичними колективами шкільної молоді, випробу-

вати власні таланти, отримати заслужені нагороди. Таким чином діти отримують нові знання, комунікаційний досвід, поштовх до розвитку власних талантів, патріотичне виховання.

За допомогою Всеукраїнського фестивалю буктрейлерів і промороликів «Book Fashion» також проводиться активна робота щодо популяризації читання серед молоді, привертається увага читачів до новинок на книжковому ринку, що є важливою соціальною місією.

Фестиваль відповідального споживання «GrinGreen Fest» базується на іншому аспекті корпоративної соціальної відповідальності – *екологічному*, що передбачає компенсацію заподіяної навколишньому середовищу шкоди.

Профорієнтаційний складник фестивальної діяльності. Правильний вибір професії – один із найважливіших складників успіху, який сприяє гармонійному розвитку особистості протягом життя. Більшість фестивалів і конкурсів, які проводить Інститут журналістики, зорієнтовано на профорієнтаційну роботу, знайомлять старшокласників зі змістом тих чи тих спеціальностей. Зокрема, Конкурс журналістської творчості для старшокласників «Нові в медіа» та Всеукраїнський фотоконкурс для творчої молоді «Країна змін» наближує учасників до журналістської діяльності; Всеукраїнський відкритий конкурс із соціальних комунікацій для старшокласників «Перший раз в PR-клас» знайомить учнів зі спеціальністю рекламіста; Всеукраїнський конкурс фото і відеоробіт «Lime go to read» зацікавлює роботою з книгою, інформацією, закликає школярів до бібліотек; Всеукраїнський фестиваль блогерів «Smart Blog» та Всеукраїнський фестиваль буктрейлерів і промороликів «Book fashion» знайомлять з видавничою діяльністю.

Так, Фестиваль «Book Fashion», переважно орієнтується на таку цільову аудиторію, як школярі – потенційні абітурієнти, тому в рамках заходу для них проводиться низка профорієнтаційних заходів, серед яких квест-екскурсія університетом, розповідь про специфіку професії видавця та редактора, ознайомлення з центрами компетенцій Інституту журналістики, а саме: навчально-виробничою майстернею «Грінченко-інформ», центром ефірного і цифрового радіомовлення, НВЦ «Астудія» тощо.

Під час підготовки до фестивалю учасники ретельно обирають тему, на яку хотіли б зняти буктрейлер, обирають жанр, вивчають або удосконалюють уже здобуті режисерські навички та навички монтажу. При створенні роботи кожен учасник повинен дотримуватися вимог фестивалю, адже оцінювання відбувається за такими критеріями: відповідність роботи меті фестивалю, інформативність, оригінальність (новизна та креативність), професіоналізм (техніка та якість виконання).

Щорічний Всеукраїнський фестиваль блогерів, метою якого є сприяння поширенню професійних стандартів журналістики через мережу блогерів [8]. Серед основних завдань фестивалю слід виокремити: розвиток блогерських ініціатив; поширення професійних стандартів журналістики; заохочення соціально відповідальної журналістики; розвиток фахових компетенцій у студентів-організаторів фестивалю.

Кожен фестиваль задіює важливі підходи профорієнтаційної роботи. Наприклад, такі, як: інформаційний, розвиваючий та активізуючий.

Іміджевий складник фестивальної діяльності. Позитивний імідж навчального закладу надзвичайно важливий для його повсякденної роботи. Всі фестивальні і конкурсні заходи Інституту журналістики спрямовані на створення в масовій свідомості відповідного образу навчального закладу для подальшої трансляції його на зовнішнє середовище. Саме тому Інститут журналістики щороку посідає все вищі рейтингові сходинки в переліку навчальних закладів України.

Освітній складник фестивальної діяльності. Фестивальні заходи ще й гарний взірєць неформальної освіти, оскільки до такого різновиду навчання можемо зараховувати «будь-яку організовану поза формальною освітою освітню діяльність, яка доповнює формальну освіту, забезпечуючи освоєння тих умінь і навичок, які необхідні для соціально та економічно активного громадянина країни. При цьому така освітня діяльність має бути структурованою, мати освітню мету, певні часові рамки, інфраструктурну підтримку і повинна відбуватися усвідомлено» [9, с. 174].

Інноваційність неформальної освіти для української науки, на думку дослідниці Павлик Н. П. полягає у тому, що «вона прийшла до нас як логічний результат поширення, апробації та підтвердження ефективності досвіду неформального навчання для створення умов як соціально-економічного розвитку держави, так і соціально-психологічного благополуччя окремих категорій населення» [10, с. 6].

Участь у організації фестивалів дає можливість студентам практикуватися у професіях редактора, SMM-спеціаліста, PR-менеджера, сценариста, режисера, медіа-координатора, декоратора, web-дизайнера, графічного дизайнера, фотографа, оператора. Але важливо, що всі ці навички студенти можуть практикувати під час організаційною роботою над проектом у співпраці з видавництвами, відомими людьми та літературними преміями, які є партнерами фестивалю. Наприклад, Міжнародний літературний конкурс «Коронація слова» започаткував власну номінацію на фестивалі «Book Fashion» – «Буктрейлери до книг-переможців премії «Коронація слова». Студенти зі складу організаційного комітету паралельно поглиблювали свої професійні компетенції, працюючи у

команді Міжнародного літературного конкурсу «Коронація слова», куди їх було запрошено.

Висновки. Фестивалі і конкурси Інституту журналістики виконують розважальну, соціальну, профорієнтаційну, іміджеву та освітню функції.

Розважальна функція. Церемонія нагородження фестивалів «Smart Blog» та «Book Fashion» проводиться у святковому інтерактивному форматі. Для гостей готується концертна програма, влаштовуються розіграші.

Соціальна функція. Завдяки фестивалям «Smart Blog» та «Book Fashion» проводиться активна популяризація читання, зокрема серед молоді, привертається увага до новинок на книжковому ринку.

Профорієнтаційна функція. Фестивалі орієнтуються на таку цільову аудиторію, як школярі, тому в рамках проектів для них організуються профорієнтаційні заходи, завдяки яким абітурієнти мають змогу детальніше ознайомитися з професією видавця, журналіста чи рекламіста.

Іміджева функція. Проведення таких проектів сприяє популяризації бренду Київського університету імені Бориса Грінченка, адже це фестивалі Всеукраїнського рівня, які охоплюють учасників з різних регіонів. Завдяки масштабній церемонії нагородження привертається увага абітурієнтів до бренду Київського університету імені Бориса Грінченка та зокрема Інституту журналістики.

Освітня функція. Організаторами та ідейними генераторами даних фестивалів є саме студенти, тому вони мають змогу здобути, реалізувати та вдосконалити свої організаційні, лідерські та комунікативні навички завдяки участі в організаційній роботі над проектом. Фестивалі – платформа, на якій реалізується практико-орієнтоване навчання, робота зосереджується над конкретним проектом.

Взаємодія формальної та неформальної освіти проявляється в таких методах: метод групової роботи, спілкування з представниками професійної сфери, інтерактивний характер навчання, прийом практико-орієнтованого навчання (створення студентами власного портфоліо), професійна консультація.

Список літератури

1. Зайцев В. П. Режисюра естради та масових видовищ. Київ : Дакор, 2003. 304 с.
2. Мрига П. Н. Тлумачний словник театральних термінів. Тернопіль, 2011. 240 с.
3. Григорьева Е. И., Великанова Е. В. Самодетельное творчество как основа возрождения национальных культурных традиций : учеб. пособ. Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. 312 с.
4. Самойленко А. А. География туризма : учеб. пособ. 3-е изд. Ростов н/Д : Феникс ; Краснодар : Неоглори, 2008. 359 с.
5. Куліш Я. О. Фестивальна діяльність в неформальній освіті студентів // Соціальні комунікації і нові

комунікативні технології : матер. Всеукр. наук.-практ. конф. Запоріжжя : Класичний приватний університет. 2018. С. 96–100.

6. Куліш Я. О. Фестиваль буктрейлерів як промоція новинок книгодруку // Актуальні проблеми економічного розвитку підприємств видавничо-поліграфічної галузі : зб. матер. XII Всеукр. студ. наук.-практ. конф. / М-во освіти і науки України, НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського». Київ, 2018. С. 52–53.

7. Соціальна відповідальність. URL: https://studme.com.ua/14140113/ekonomika/sotsialnaya_otvetstvennost_predpriyatiya.htm. Дата звернення: 18. 12. 2018.

8. Перший Всеукраїнський фестиваль «Smart Blog». 2016. URL: <http://ij.kubg.edu.ua/pro-institut/news/anonsidetail/115-i-vseukrainskyi-festyval-bloheriv-smart-blog.html>.

9. Журавель Т. В., Рогозна Ю. М Неформальна освіта як інструмент підвищення лідерського потенціалу учнів ПТНЗ // Освітологічний дискурс: електронне наукове фахове видання (1–2). 2018. С. 171–187. URL: http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/23725/1/T_Zhuravel_Y_Rogozna_PLP_SPSR_IL.pdf. Дата звернення: 18. 12. 2018.

10. Павлик Надія. Теорія і практика організації неформальної освіти молоді : навч. посіб. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2017. 162 с.

References

1. Zaitsev, V. P. (2003), *Direction the Stage and Mass Spectacles*, *Dokor*, Kyiv, 304 p.

2. Mryha, P. N. (2011), *A Difinition Dictionary of Theatrical Terms*, Ternopil, 240 p.

3. Grigorieva, E. I. & Velikanova, E. V. (2007), *Amateur Art as a Basis for Revival of National Cultural Traditions: a Textbook*, Izdatelstvo Tamb.gos.techn. un-ta, Tambov, 312 p.

4. Samoilenko, A. A. (2008), *The Geography of Tourism: a Textbook*, Feniks, Rostov on Don; Neoglori, Krasnodar, 359 p.

5. Kulish, Ya. O. (2018), “Festival activities in non-formal education of students”, *Social Communications and New Communication Technologies: Proceedings of the All-Ukrainian Scientific and Practical [Conference Sotsialni komunikatsii i novi komunikatyvni tekhnohii: Materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii]*, Zaporizhzhia, pp. 96–100.

6. Kulish, Ya. O. (2018), “Bookfiller Festival as a promotion of new book printing”, *Topical Problems of Economic Development of Printing and Publishing Enterprises: Collection of Materials of the XII All-Ukrainian Student Scientific and Practical Conference [Topical Problems of Economic Development of Printing and Publishing Enterprises: Collection of Materials of the XII All-Ukrainian Student Scientific and Practical Conference]*, Kyiv, pp. 52–53.

7. Social responsibility, available at: https://studme.com.ua/14140113/ekonomika/sotsialnaya_otvetstvennost_predpriyatiya.htm.

8. Institute of Journalism of Borys Grinchenko Kyiv University (2016), “The first All-Ukrainian festival “Smart Blog””, available at: <http://ij.kubg.edu.ua/pro-institut/news/anonsidetail/115-i-vseukrainskyi-festyval-bloheriv-smart-blog.html>.

9. Zhuravel, T. V. & Rogozna, Yu. M. (2018), “Informal education as a tool for enhancing the leadership potential of students of vocational and technical high schools”, *Osvitolohichnyi Diskurs: Elektronne Naukove Fakhove Vydannia (1–2) [Educational Discourse: an Electronic Scientific Professional Edition (1–2)]*, pp. 171–187, available at: http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/23725/1/T_Zhuravel_Y_Rogozna_PLP_SPSR_IL.pdf.

10. Pavlyk, N. P. (2017), *Theory and Practice of Organizing Non-Formal Youth Education: a Textbook*, Vydvo ZhDU named after I. Franko, Zhytomyr, 162 p.

Подано до редакції 18. 12. 2018 р.

Вернигора Н. Н., канд. наук из соц. коммуник.,

доц. кафедры издательского дела;

Куліш Я. А., студ. III курса

Института журналистики

Киевского университета имени Бориса Гринченко

ФЕСТИВАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИНСТИТУТА ЖУРНАЛИСТИКИ КИЕВСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ БОРИСА ГРИНЧЕНКО

Аннотация. В этом материале раскрыта тема фестивальной деятельности Института журналистики Киевского университета имени Бориса Гринченко. В частности, рассмотрены фестивальную деятельность с таких позиций: 1) социальная работа; 2) профориентационная работа; 3) имиджевые мероприятия; 4) неформальное образование. Названы и охарактеризованы фестивали, учебное заведение проводит в течение учебного года. Названы и охарактеризованы фестивали, учебное заведение проводит в течение учебного года. Указано цели и задачи этих мероприятий, проанализовано результаты и нарботки, описано роль и место фестивальной работы в учебном процессе. Подробнее авторы исследования останавливается на фестивалях кафедры издательского дела. Опираясь на собственный опыт организационной и преподавательской работы авторы делают выводы о дополнительных возможностях неформального образования и полученные студентами во время практического обучения умения, навыки и профессиональные компетентности.

Ключевые слова: фестивальная деятельность учреждения высшего образования, имиджевые мероприятия Института журналистики, социальная работа, профориентационная работа, Киевский университет имени Бориса Гринченко.