

## НАУКОВІ РОЗВІДКИ СТУДЕНТІВ

Куліш Я. О.,  
студентка IV курсу  
Інституту журналістики  
Київського університету імені Бориса Грінченка  
(Київ, Україна)  
Ел. пошта: yokulish.ij16@kubg.edu.ua

Yaroslava Kulish,  
IV year student,  
Institute of Journalism  
of Borys Grinchenko Kyiv University  
(Kyiv, Ukraine)  
Email: yokulish.ij16@kubg.edu.ua

УДК 374.7:[070+655](477)

DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2019.7.18>

### НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА СТУДЕНТІВ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ (НА ПРИКЛАДІ ФЕСТИВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ КИЇВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА)

### NON-FORMAL EDUCATION OF JOURNALISM STUDENTS (ON THE EXAMPLE OF THE FESTIVAL ACTIVITY OF THE INSTITUTE OF JOURNALISM OF BORYS GRINCHENKO KYIV UNIVERSITY)

**Анотація.** Актуальність теми дослідження полягає в тому, що на сучасному етапі неформальна освіта спрямована на виховання та навчання студентства. Така освіта організовується поза межами навчальних програм. Неформальна освіта надає широкі можливості для поглиблення професійних компетенцій за допомогою інноваційних підходів.

Фестивали можуть взяти на себе особливу відповідальність у представленні та просуванні себе як неформального способу освіти студентів, які обрали журналістику як сферу діяльності та майбутнього працевлаштування. Фестивальна діяльність сьогодні є одним із засобів набуття студентами практичного досвіду, але серед наукової громади розглядається зокрема як мистецький напрям і досі не висвітлювалася у освітньому аспекті.

Участь студентів у організаційній роботі над фестивальними проектом дає змогу вдосконалити навички, поглибити знання та фахові компетенції, такі як: планування та організація командної діяльності, вирішення проблем, генерування нових ідей тощо.

Недослідженість цього питання в науковій літературі, потреба у професійних компетентних фахівцях у журналістській сфері діяльності, відсутність чіткої поетапної моделі побудови організаційного процесу зумовила виникнення необхідності дослідити фестивальну діяльність не як мистецький напрям, а як різновид неформальної освіти.

Мета дослідження – вивчити фестивальну діяльність як різновид неформальної освіти студентів журналістських спеціальностей.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що на основі проаналізованих проектів було розроблено ефективну модель організації студентських фестивалів.

У результаті проведеного дослідження вперше удосконалено теорію – проаналізовано та сформульовано поняття фестивальної діяльності як форми неформальної освіти студентів.

У висвітленні результатів дослідження запропоновано також методи взаємодії формальної та неформальної освіти студентів журналістських спеціальностей.

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

© Куліш Я. О., 2019

ISSN 2524-2644

Integrated communications, 1 (7), 2019

**Abstract.** Relevance of the research topic. At the present stage, non-formal education is aimed at the education and training of students, organized outside the curriculum. Non-formal education provides ample opportunity to deepen professional competencies through innovative approaches. Festivals can take particular responsibility in presenting and promoting themselves as an informal way of educating students who have chosen journalism as a field of activity and future employment. Festival activity today is one of the means of gaining practical experience for students, but among the scientific community it is considered in particular as an art direction and has not been covered in the educational aspect. Participation of students in organizational work on the project allows to improve skills, deepen knowledge and professional professional competences, such as planning and organizing team activities, problem solving, generating new ideas and more. The lack of research on this issue in the scientific literature, the need for professional competent specialists in the journalistic field of activity, the lack of a clear step-by-step model of organizational process construction led to the need to explore festival activity not as an art direction, but as a form of non-formal education.

The purpose of the work is to explore festival activities as a form of non-formal education for students of journalistic specialties.

The scientific novelty of the obtained results is the analysis of the festival activities as non-formal education of students. On the basis of the analyzed projects, an effective model of organizing student festivals was developed. As a result of the research, the theory was first refined – the concept of festival activity as a form of non-formal education of students was analyzed and formulated. Methods of interaction between formal and non-formal education of journalism students were proposed.

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

**Вступ.** Актуальність теми дослідження полягає в потребі вивчення фестивальної діяльності вищого навчального закладу як неформальної освіти студентів, оскільки досі така діяльність розглядалася тільки з художньо-мистецької точки зору. А втім фестивалі дають змогу студентам здобути і закріпити на практиці значну кількість фахових вмінь і навичок.

Мета дослідження – розглянути фестивальну діяльність як різновид неформальної освіти студентів журналістських спеціальностей.

Для досягнення поставленої мети передбачено такий перелік завдань: 1) проаналізувати результати фестивальної діяльності як різновиду неформальної освіти; 2) визначити основні функції фестивалю як різновиду неформальної освіти; 3) дослідити прийоми та методи взаємодії формальної та неформальної освіти під час навчання студентів журналістських спеціальностей; 4) сформуванню ефективну модель організації фестивалів.

Об'єктом дослідження є неформальна освіта студентів журналістських спеціальностей.

Предмет дослідження – фестивальна діяльність як неформальна освіта студентів журналістських спеціальностей.

Огляд літератури і попередніх досліджень. Форми і методи неформальної освіти завжди цікавили науковців. Значний внесок у вивчення цих питань зробили такі науковці: Н. П. Павлик [1], О. В. Василенко, Е. І. Гусейнова, Ю. М. Лук'янова, Н. О. Терьохіна, О. В. Шапочкіна. Ці дослідники розглядали неформальну освіту в межах підготовки фахівців різних галузей, проте специфіка освітніх програм з журналістики в цих дослідженнях не була

врахована. Натомість сучасні науковці, які вивчали особливості підготовки журналістських кадрів в Україні (В. В. Чекалюк та інші), не брали до уваги можливості неформальної освіти.

Про потребу впровадження інноваційних технологій у вищій школі в межах освітньої програми на прикладі викладання дисципліни «Журналістське розслідування» йдеться в дослідженнях Н. Б. Калашника. Головним завданням його наукової праці був аналіз інтерактивних форм навчання – рольових ігор, мозкового штурму, моделювання практичних ситуацій, дискусії – як способу закріплення професійних навичок студента-журналіста. Втім проблеми взаємодії формальної та неформальної освіти в сфері підготовки фахівців із журналістики теоретик не торкався.

Одним із найважливіших чинників, які сприяють поглибленню фахових компетенцій у студентів-журналістів, є емоційний інтелект. Концепцію емоційного інтелекту вивчав Д. Гоулман. Він вважав, що «життєвий успіх людини визначається не лише розумовими здібностями. Більше значення мають здібності до самопізнання та емоційної саморегуляції, вміння виразити свої почуття та розуміти стан інших людей» [2]. На думку науковця, саме рівень емоційного розвитку визначає життєву та професійну успішність особистості.

Поняття емоційного інтелекту в нашій роботі позиціонується як каталізатор участі студентів у організації фестивалю, адже мотиватором прояву соціальної активності людей виступають саме емоції.

Методи дослідження. Реалізація мети та завдань роботи обумовила використання низки методів. Для вивчення стану розробленості теми було застосовано метод систематизації. Аналіз допоміг виокремити спе-

цифіку 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.** Сьогодні важко знайти людину, яка б не чула про неформальну освіту. І це значна перевага у порівнянні з ситуацією приміром десятирічної давнини, коли таке словосполучення видавалося радше нонсенсом. Інша справа, що досить часто сприймають неформальну освіту некоректно, розуміючи під нею або випадковий набір ігор та вправ, націлених винятково на розвагу чи для набуття навичок ораторського мистецтва, роботи в команді.

Інноваційність неформальної освіти для української науки, на думку дослідниці Н. П. Павлик 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» [1, с. 6].

Науковці Т. В. Журавель і Ю. М. Рогозна розкривають європейське традиційне розуміння неформальної освіти, яке базується на визначенні поняття від фахівців Ради Європи та Європейської комісії. Неформальна освіта розуміється як «будь-яка організована поза формальною освітою освітня 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» [3, с. 174].

Фестивалі відповідають новим вимогам нашого часу та можуть стати результативним неформальним способом освіти студентів, які обрали журналістику як сферу діяльності.

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» [4, с. 212]. У такому ж контексті розглядають фестиваль М. П. Мрига [5, с. 103], О. І. Григор'єва [6, с. 146], А. А. Самойленко [7, с. 132].

Отже назріла необхідність запропонувати дефініцію цього терміну з позиції неформальної освіти: **фестивальна діяльність** – різновид неформаль-

ної освіти, який поглиблює фахові компетенції студентів, під час підготовки та проведення масового святкового дійства [8; 9].

Під час впровадження результатів дослідження ми спиралися на метод фасилітації.

Науковець А. М. Гірник розглянув поняття «фасилітація» як «організацію в групі процесу колективного розв'язання проблем, керує яким фасилітатор (ведучий, головуючий)» [10], який має сприяти ефективному обговоренню нагальної проблеми і сприяти її розв'язанню групою, вирішувати завдання, забезпечувати процедуру організації та підтримувати позитивну атмосферу в групі. [10, с. 113].

Саме фасилітація стала найефективнішим інструментом організації фестивалів. Студенти старших курсів, які вже мали певний досвід у координуванні студентських проектів, навчали студентів молодших курсів, пояснювали особливості роботи над кожним напрямом організації, допомагали виконувати завдання, виправляли помилки та ділилися досвідом.

**Результати функціонального аналізу фестивалів «Smart Blog» та «Book Fashion» для школярів та студентів.** Для виявлення функцій щорічних Всеукраїнських фестивалів «Smart Blog» та «Book Fashion» ми проаналізували ідею цих проектів та її втілення на рівні структури, формування організаційного комітету, визначення цілей та постановки завдань, окреслення цільової аудиторії тощо.

«Book Fashion». У офіційному конкурсному положенні цей проект описується як щорічний Всеукраїнський фестиваль розроблення та просування в Інтернеті буктрейлерів та промороликів до дитячої, художньої, бізнес та «розумної» книги, який орієнтується на студентів та школярів [11].

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

Фестиваль «Book Fashion» більше орієнтується на таку цільову аудиторію, як школярі – потенційні абітурієнти, тому в межах заходу для них проводиться низка профорієнтаційних заходів, серед яких квест-екскурсія університетом, розповідь про специфіку професії видавця та редактора, ознайомлення з центрами компетенцій Інститут 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. Під час роботи над буктрейлером кожен учас-

ник повинен дотримуватися вимог фестивалю, адже оцінювання відбувається за такими критеріями: відповідність роботи меті фестивалю, інформативність, оригінальність (новизна та креативність), професіоналізм (техніка та якість виконання).

Уже протягом чотирьох років фестиваль підвищує рівень організації, залучає нових учасників із різних областей України, формує масштабну базу партнерів та спонсорів, які забезпечують високий рівень призового фонду, що сприяє заохоченню студентів та школярів до участі у цьому заході. Темою церемонії нагородження переможців 2018 р. було обрано написання книги про фестиваль «Book Fashion». Нагородження розділено на блоки – окремі номінації, кожна з якої і була окремим розділом віртуальної книги. Захід супроводжувався розіграшами подарунків від партнерів, виступами артистів.

У 2018 р. було надіслано понад 140 заяв. Це вдвічі більше у порівнянні з показниками 2017 р. Завдяки моніторингу отриманих заяв було виявлено, що більшість учасників зі Сходу (Донецька та Луганська області). Серед заяв є також учасники з Вінницької, Волинської, Дніпропетровської, Житомирської, Закарпатської, Запорізької, Київської, Кіровоградської, Львівської, Одеської, Полтавської, Рівненської, Сумської, Харківської, Херсонської, Хмельницької та Чернігівської областей. Було з'ясовано, що серед поданих заяв близько 70% – учні загальноосвітніх шкіл I–III ступенів, гімназій, спеціалізованих шкіл; 30% – студенти I–IV курсів ЗВО Києва та областей України, технікумів, училищ.

«Smart Blog». Щорічний Всеукраїнський фестиваль блогерів, метою якого є сприяння поширенню професійних стандартів журналістики через мережу блогерів [12]. Організаторами заходу також є студентський організаційний комітет спеціальності «Видавнича справа та редагування». Серед основних завдань фестивалю слід виокремити: розвиток блогерських ініціатив; поширення професійних стандартів журналістики; заохочення соціально відповідальної журналістики; розвиток фахових компетенцій у студентів-організаторів фестивалю.

Тема церемонії нагородження 2018 р. – ютуб-шоу «Smart Blog Show». Особливістю режисерського задуму було те, що захід проводився у неофіційному форматі. Урочистості з нагоди нагородження переможців варіювалися з комічними коментарями ведучих, інтерв'ю із запрошеними гостями, розіграшами подарунків.

Призовий фонд фестивалю налічував понад 20 компаній-спонсорів, які були залучені студентами. Звернувши увагу на показники минулих заходів, організованих студентським організаційним комітетом, ми бачимо, що кількість призових партнерів динамічно зростає. У 2016 році фонд складався із 12 компа-

ній-партнерів, у 2017 році – з 14. Серед подарунків, наданих компаніями-партнерами, є видавнича продукція, сертифікати на навчання у блогерській академії, сертифікати на продукцію компаній-спонсорів, сертифікати на знижки, сертифікати на послуги, кондитерські вироби, фірмові корпоративні подарунки від університету тощо.

Авторська фотозона для заходу була виконана студентським комітетом декор-дизайну. Згідно з темою фестивалю «Smart Blog Show» декорування було виконано у стилі об'ємної ютуб-сторінки з імітацією мільйонів переглядів. Таким чином гості заходу мали змогу відчувати себе відомими блогерами.

Квест-екскурсія для абітурієнтів складалася з 7 локацій, кожна з яких присвячена окремій номінації фестивальної програми: FOOD, ECO, BEAUTY, TRAVEL, HAND-MADE, BOOK, GRINCH. Команда-переможець, яка впоралася найшвидше з усіма завданнями, отримала спеціальні подарунки.

Особливістю фестивалю «Smart Blog» є гімн, над створенням якого працювали студенти та працівники центру ефірного і цифрового радіомовлення університету, що дозволило організаторам отримати досвід роботи з практиками над створенням певного медійного продукту.

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 організаційної роботи над проектом у співпраці з видавцями, відомими людьми та членами комітетів літературних премій, 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.

Таким чином, названі фестивалі виконують не тільки розважальну функцію, але й соціальну, профорієнтаційну, іміджеву та освітню (див. Табл. 1).

*Модель організації фестивалів.* Проаналізувавши попередній досвід організації фестивалів «Smart Blog» та «Book Fashion», врахувавши їхні функціональні характеристики, ми розробили поетапну модель організації проєктів, яку було успішно втілено студентською робочою групою. Головною метою було виокремити напрями, за якими працюватимуть студенти, виконуючи поставлені завдання. Для реалізації проєкту ми виділили три важливих етапи: 1) планування; 2) організація; 3) проведення.

*Планування проєкту.* Етап розробки майбутнього івенту включає в себе послідовний алгоритм дій, здатних ефективно вирішити поставлене завдання. Під час планування проєкту робота виконується на 5 етапах: 1) створення організаційного комітету; 2) визначення завдань та мети заходу; 3) розроблення концепції заходу; 4) створення бюджету заходу; 5) вибір локації.

Таблиця 1.  
**Функції, які виконують фестивалі Інституту журналістики «Smart Blog» та «Book Fashion»**

<b>Соціальна функція</b>	Завдяки фестивалям «Smart Blog» та «Book Fashion» проводиться активна популяризація читання, зокрема серед молоді, привертається увага до новинок на книжковому ринку
<b>Іміджева функція</b>	Проведення таких проєктів сприяє популяризації бренду Київського університету імені Бориса Грінченка, адже це фестивалі Всеукраїнського рівня, які охоплюють учасників із різних регіонів. Завдяки масштабній церемонії нагородження привертається увага абітурієнтів до бренду Київського університету імені Бориса Грінченка та зокрема Інституту журналістики, що безпосередньо впливає на вибір майбутнього місця навчання
<b>Профорієнтаційна функція</b>	Фестивалі в першу чергу орієнтуються на таку цільову аудиторію, як школярі, тому в рамках проєктів для них організовується низка профорієнтаційних заходів, завдяки яким абітурієнти мають змогу детальніше ознайомитися з професією видавця, журналіста чи рекламіста
<b>Розважальна функція</b>	Церемонія нагородження фестивалів «Smart Blog» та «Book Fashion» проводиться у святковому урочистому форматі. Окрім офіційної частини нагородження переможців для гостей готується концертна програма, влаштовуються розіграші подарунків, працює фотозона
<b>Освітня функція</b>	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 проєктом. Фестивалі – платформа, на якій реалізується практико-орієнтоване навчання, робота зосереджується над конкретним проєктом

*Створення організаційного комітету.* Під час активного залучення студентів-волонтерів до організаційного процесу відбувається розподіл обов'язків між комітетами та робочими групами, обираються лідери та відповідальні особи за певні етапи організації. Першим кроком було сформування студентського організаційного комітету з активістів спеціальності «Видавнича справа та редагування». Більшість волонтерів – студенти першого курсу спеціальності «Видавнича справа та редагування». Це свідчить про

те, що вже з початку навчання студенти мають можливість поглиблювати компетенції, які допоможуть їм у майбутній роботі.

Робочу групу було поділено на комітети, кожен із яких відповідав за певну організаційну функцію. Таким чином, студенти увійшли до: режисерської та технічної груп, комітету по роботі зі спонсорами та блогерами, комітету декор-дизайну, комітету координаторів локацій. У процесі командної роботи ми спостерігали процес фасилітації, тобто передачу досвіду студентів старших курсів молодшим. Це проявлялося під час колективного розв'язання проблем, вирішення завдань, адже студенти II–V курсів уже працювали над проєктами минулих років і мали справу з кожним етапом організаційної роботи, що дозволило їм займати посаду координаторів фестивалів та контролювати роботу над кожним напрямом підготовки. Завдання рівномірно розподілялися між усіма членами творчої групи.

Студенти старших курсів під час зборів організаційного комітету проводили майстер-класи та тренінги для молодших курсів, на яких пояснювали специфіку роботи зі спонсорами, ділилися позитивним та негативним досвідом у цьому питанні, розповідали особливості створення спонсорської пропозиції та спонсорського звернення, наводили приклади.

*Визначення завдань та мети заходу.* Перш, ніж взятися за планування будь-якої події, необхідно чітко усвідомити: для чого цей захід потрібен, які завдання необхідно вирішити, яких результатів досягти. Фестивалі «Smart Blog» та «Book Fashion» можна віднести до категорії корпоративних іміджевих заходів, метою яких є піднесення іміджу Університету та Інституту. Важливим складником є також соціальна місія проєктів, яка полягає у популяризації читання серед молоді.

*Розроблення концепції заходу.* Необхідно чітко спланувати загальну ідею фестивалю, якої варто дотримуватися впродовж усього організаційного процесу. Детально сформована концепція допомагає у поетапному втіленні ідей та організації заходу у єдиному стилі. Підготовчим етапом до поширення інформації про фестиваль є підготовка положення, в якому описано регламент: цілі та завдання конкурсу, номінації, терміни подачі заявок, вимоги до оформлення роботи, контакти організаційного комітету.

На цьому етапі організаційний комітет визначив, що основною темою фестивалю «Smart Blog» є ютубшоу – популярний в Інтернеті медіа-продукт, затвердив рубриковані конкурсні номінації (travel blog, food blog, book blog тощо), визначився з темою фотозони у форматі YouTube-сторінки, розробив концепцію церемонії нагородження та локацій, стиль яких відповідав обраним рубрикам.

*Створення бюджету заходу.* Кошторис повинен враховувати всі можливі витрати для проєкту: матеріали для створення фотозони, облаштування локацій, декор сцени, додаткові матеріали. Завчасно визначається кількість призових місць, щоб розуміти скільки партнерів треба залучити на фестиваль та кількість подарунків для призового фонду.

*Вибір локації.* Вдало обрана та оформлена локація – запорука гарної картини заходу, що формує імідж івенту, а тому впливає на кількість гостей, які стануть учасниками фестивалю.

*Організація проєкту.* Організація заходу полягає у практичній реалізації всіх планів, які було створено на етапі розроблення проєкту. Організація церемонії нагородження фестивалю «Smart Blog» та «Book Fashion» здійснювалася за такими напрямками: 1) робота зі спонсорами; 2) робота з почесними гостями; 3) інформаційна підтримка; 4) технічна підготовка; 5) комунікація з учасниками; 6) створення декору; 7) режисерська робота.

*Робота зі спонсорами.* Розроблення спонсорської пропозиції, написання спонсорського звернення та пошук партнерів для призового фонду за допомогою баз практики інституту, соціальних мереж, власних контактів. Проведення перемовин зі спонсорами.

*Робота з почесними гостями.* Організаційний комітет розробляє офіційне повідомлення, яке поширює за допомогою соціальних мереж серед відомих блогерів, видавців, журналістів, письменників, лідерів думок, пропонуючи їм долучитися до проєкту, нагородити переможців на церемонії нагородження та поділитися власним досвідом.

*Інформаційна підтримка.* Після того, як на етапі планування було визначено загальну тему фестивалю, інформаційний комітет займається створенням, наповненням та просуванням офіційних сторінок фестивалю у соціальних мережах (Facebook, Instagram), розробляє єдиний стиль ведення сторінок, рубрикацію, забезпечує інформаційне висвітлення подій фестивалю на сторінках університету та офіційному сайті.

*Технічна підготовка.* Студенти технічного комітету займаються розробленням акцидентної продукції: листівок, буклетів, афіш, фірмових подарунків. Поширюють рекламну продукцію у школах та закладах вищої освіти.

*Комунікація з учасниками.* Цей напрям діяльності полягає у спілкуванні з потенційними учасниками, e-mail розсилці інформаційних листів, складанні шорт-листа переможців, інформування учасників про церемонію нагородження та координація гостей в день заходу.

*Створення декору.* Комітет декор-дизайну аналізує сучасні тренди, досліджує декорування аналогових проєктів, а в результаті займається підготовкою

фірмової фотозони та декору, який відповідає обраній темі церемонії нагородження фестивалю.

*Режисерська робота.* На цьому етапі робота залежить від обраної концепції заходу, якої необхідно дотримуватися. Серед завдань режисерської групи – написання сценарію, формування музичного супроводу церемонії нагородження, кастинг ведучих, підбір творчих виступів для концертної частини церемонії нагородження, організація квест-екскурсії університетом та проведення урочистої церемонії нагородження переможців.

*Проведення фестивалю.* Завчасно складається технічний план, якого дотримуються організатори в день фестивалю. У плані прописується час, дія, що має відбутися в зазначений час, завдання, яке необхідно виконати та відповідальний за його виконання.

На момент проведення церемонії нагородження фестивалю робота організаційного комітету розподіляється на декілька локацій: 1) реєстрація учасників – видача сертифікатів за участь, розіграш подарунків, промоція продукції від партнерів; 2) фотозона – працює фотограф фестивалю; 3) квест-екскурсія університетом (для абітурієнтів); 4) сцена – церемонія нагородження переможців.

*Роль фестивальної діяльності у формуванні компетенцій.* Для успішної реалізації практико-орієнтованого навчання необхідним є поєднання формальної та неформальної освіти в навчальному процесі студентів. Участь у організації фестивалю надає можливість працювати над реальним проєктом, стикатися з реальними труднощами та спілкуватися з людьми, які можуть поділитися позитивним та негативним досвід розв'язання проблем.

В Інституті журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка підхід взаємодії формальної та неформальної освіти реалізується через введення практичних завдань в робочі навчальні програми. Наприклад, в межах навчальної дисципліни «Практика PR у видавничій справі: Організація PR-заходів. Іміджмейкінг» студенти виконують завдання пов'язані з фестивальною діяльністю, таким чином використовуючи інтерактивний характер навчання. Практичним завданням дисципліни є організація Всеукраїнського фестивалю блогерів «Smart Blog» та Всеукраїнського конкурсу буктрейлерів і промороликів «Book Fashion»: ідеї, пропозиції, удосконалення концепції, розширення кола учасників, залучення спонсорів і партнерів, висвітлення у медіа тощо. Виконання цього завдання також має на увазі роботу в групі, обмін досвідом із колегами та спілкування з представниками професійної сфери. Ці фестивалі є іміджевими заходами Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, тому участь у їх організації дає змогу студентів перевірити, як можна застосувати теоретичні знання з цієї

дисципліни під час роботи над реальним проектом. Так вивчивши тему «Висвітлення PR-заходів у ЗМІ» студентам пропонується створити медіа-карту фестивалю «Smart Blog» або «Book Fashion», написати публікації для висвітлення цих заходів на сайтах та у соціальних мережах. За темою «Створення прес-пакету для висвітлення PR-заходів видавництва у ЗМІ» пропонується завданням: написати та оформити прес-реліз анонсу фестивалю «Smart Blog». Таким способом студенти формують фахові компетентності спеціальності: здатність формувати та створювати інформаційний контент, здатність до засвоєння фундаментальних знань зі стилістики української мови, знання специфіки створення і функціонування ЗМІ.

Під час вивчення дисципліни «Дизайн акцидентної продукції» студенти займаються розробленням афіш, листівок, дипломів у фірмовому стилі фестивалів «Smart Blog» та «Book Fashion» і можуть побачити власну продукцію у реальному вигляді, визначити її недоліки, зробити висновки на майбутнє. Результати виконаного завдання вони можуть додати у власне портфоліо. Такий вид роботи дозволяє поглибити знання основних поліграфічних процесів і вимоги до поліграфічного виконання видання.

Із дисципліни «Веб-дизайн та основи HTML» одним із завдань, яке мають виконати студенти, є розроблення макету сайту для фестивалю «Smart Blog» або «Book Fashion». Викладач надає консультації із реалізації завдання. Методом дискусії у результаті визначається найкращий кінцевий варіант макету сайту. Для виконання цього завдання необхідно володіти технічними знаннями з дисципліни, а також застосовувати фахові компетентності: здатність аналізувати дизайн-концепцію продукту, місце в ній структурно виражальних компонентів; здатність до пошуку та оброблення інформації у редакційній практиці; здатність до застосування методів редакторського аналізу під час опрацювання текстів різного цільового і читачького призначення; здатність контролювати якість текстового та мультимедійного контенту різних видів медійних продуктів.

Взаємодія формальної освіти з неформальною також реалізується через студентські практико-орієнтовані курсові проекти. Студентам пропонуються перелік тем, що стосуються організаційної роботи над фестивалями. Серед завдань є просування сторінок проектів у соціальних мережах, наповнення сайтів фестивалів, розроблення та реалізація концепції заходу, написання сценарію церемонії нагородження, розроблення спонсорського пакету тощо.

У наведених прикладах ми спостерігаємо, як формальна освіта вдало доповнюється методами неформальної освіти, що сприяє поглибленню фахових компетентностей у студентів журналістської сфери діяльності.

Для дослідження ролі фестивальної діяльності у поглибленні компетентностей студентів журналістських спеціальностей нами було проведено онлайн-опитування студентів 1–6 курсів Київського університету імені Бориса Грінченка, які займалися організацією фестивалів «Smart Blog» та «Book Fashion» у 2016–2018 навчальних років. Таких людей в університеті приблизно 70–80 осіб. Завдяки комунікації із лідерами організаційних комітетів минулих років було з'ясовано склад їхніх робочих груп та проведено роз'яснювальну бесіду щодо актуальності та важливості даного опитування. Усього у дослідженні ми задіяли 31 студента.

Метою опитування було дослідження професійних компетентностей, які студентам вдалося поглибити в результаті організаційної роботи над фестивалем.

Таблиця 2.

#### Перелік питань в анкеті

(для вивчення впливу фестивальної діяльності на поглиблення фахових компетентностей студентів журналістських спеціальностей)

1	Прізвище, ім'я, по батькові
2	ЗВО
3	Спеціальність
4	Курс
5	В організації якого фестивалю брали участь?
6	Які обов'язки виконували?
7	Що стало результатом вашої роботи?
8	Які навички вдосконалили?
9	Як можете застосувати їх у фаховій діяльності (видавця, журналіста, рекламіста тощо)?
10	Які емоції отримали від процесу організації?
11	Чи хотіли б працювати у організаційному напрямі?

Поставлена мета опитування зумовила такі завдання: дослідити, як організаційні обов'язки студентів корелюються з фаховими компетентностями; проаналізувати, які емоції отримали студенти від організації фестивалів; з'ясувати, чи планують студенти використовувати отриманий досвід у фаховій діяльності (див. Табл. 2).

Результати опитування показали, що в організації і проведенні фестивалю взяли участь: 93,5% – студенти спеціальності «Видавнича справа та редагування», 7,7% – «Реклама та зв'язки з громадськістю». Щодо вікової диференціації, ми з'ясували, що більшість студентів, 41,9% – I курс, і лише 3,2% припадає на V та VI курси.

Фестивальна діяльність як різновид неформальної освіти має на меті поглибити професійні компетентності студентів на тривалу перспективу. Методом опитування також було з'ясовано, на поглиблення яких компетентностей вплинули завдання, які викону-

вали студенти під час реалізації проекту. Студенти режисерської групи, у складі 4 осіб, серед основних обов'язків виокремили написання сценарію та організацію церемонії нагородження й зазначили, що це вдосконалило їхню здатність працювати в команді та продукувати нестандартні ідеї, тобто вплинуло на поглиблення компетенції креативності. Генерацію нестандартних ідей та креативність своєї роботи відмітили також і сценаристи фестивалю (2 студенти). Здатність творчо підходити до виконання завдання виокремили студенти комітету декор-дизайну (4 особи), які працювали над створенням фірмової фотозони та декору церемонії нагородження. На їхню думку, результат роботи комітету приніс емоційне задоволення учасників фестивалю. Студенти, обов'язком яких була робота зі спонсорами та гостями (5 осіб), усвідомили відповідальність за свою роботу та важливість комунікаційних компетенцій, які їм вдалося вдосконалити.

На поглибленні фахових журналістських компетенцій наголосили студенти старших курсів – 2 координатори фестивалю, які займалися плануванням, організацією й контролем командної професійної діяльності. Комітет SMM-діяльності (5 студентів) займався наповненням та просуванням соціальних мереж, розвитком сторінки фестивалю на платформі YouTube, написанням інформаційних постів. Саме виконання цих завдань дозволило навчитися формувати та створювати інформаційний контент, ефективно просувати створений медійний продукт. Координатори учасників (5 осіб) та студенти, які займалися створенням та координацією локацій в день церемонії нагородження (4 особи) зазначили важливість організаційної та мотиваційної роботи, якою вони займалися, що поглибило їх організаційні та лідерські компетенції, навчило працювати в команді.

У результаті роботи студенти самостійно виявили, як саме можуть застосовувати отримані знання у фаховій діяльності (видавця, журналіста, рекламіста тощо). Просувати власний бізнес, самостійно організовувати фестивалі та застосовувати набутий досвід у майбутній роботі планують вісім студентів. Важливість комунікативних навичок, які знадобляться у роботі в колективі та організації робочого процесу, відмітили дев'ять студентів. Ще чотири студенти планують поглиблювати знання у редагуванні текстів, написанні репортажів, статей та сценаріїв. Одна студентка зауважила, що раціональне використання часу буде корисним у будь-якій професії. Три студенти акцентували увагу на тому, що комунікація з відомими людьми та досвід залучення партнерів на фестиваль допоможе у реалізації власних майбутніх проектів. Один зі студентів зазначив, що планує використати досвід просування соціальних мереж фестивалю під час роботи над створенням власного видавництва.

Важливим складником організації кожного фестивалю є емоції, які залишаються після завершення. Опитавши студентський організаційний комітет ми виявили, що організатори отримали тільки позитивні емоції від роботи, адже вона супроводжувалася радістю та гордістю за впровадження ідей та досягнення мети. Очевидно, що саме емоційне задоволення змушує студентів брати участь у підготовці фестивалів на волонтерських засадах.

Резюмуючи свою роботу у організаційній сфері, студенти визначилися чи хотіли б працювати надалі у організаційному напрямі. Опитування показало, що більшість, а саме 64,5% студентів цікавляться таким напрямом діяльності й висловили бажання займатися організацією проектів у майбутньому. Частка студентів, які ще не визначилися чи бажають продовжувати практикуватися у фестивальному напрямі, сягає 29%. І тільки 6,5% висловили свою незацікавленість у такій роботі.

**Висновки.** За результатами дослідження ми дійшли таких висновків:

1. У результаті аналізу фестивальної діяльності виявлено, що студенти, які беруть участь у організації проектів, отримують емоційне задоволення від процесу втілення його в життя. Вони спостерігають, що такий вид роботи поглиблює їхні професійні компетенції: здатність працювати в команді та продукувати нестандартні ідеї, творчо підходити до виконання завдання, формувати та створювати інформаційний контент, ефективно просувати створений медійний продукт. Фестивальна діяльність розвиває розуміння основного алгоритму менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, контроль), організаційні здібності, допомагає покращити комунікативні якості. Робота в організаційному комітеті дозволяє студентам молодших курсів вчитися у студентів старших курсів, які передають свій досвід. Отриманий організаційний досвід студенти планують застосовувати в організації фестивалів, фаховій діяльності, просуванні та створенні своїх проектів.

2. Фестивалі 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 організовуються профорієнтаційні заходи, завдяки яким абітурієнти мають

зможу детальніше ознайомитися з професією видавця, журналіста чи рекламіста.

Іміджева функція. Проведення таких проєктів 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 описаних у дослідженні фестивалів є саме студенти, тому вони мають змогу здобути, реалізувати та вдосконалити свої організаційні, лідерські та комунікативні навички завдяки участі в організаційній роботі над проєктом.

3. 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.

4. Модель ефективної організації фестивалю складається з трьох основних етапів: планування, організація та проведення проєкту.

На етапі планування створюється організаційний комітет, визначаються завдання та мета заходу, розроблюється концепція заходу, створюється його бюджет, обирається локація для реалізації проєкту.

Під час етапу організації фестивалю студенти розподіляються на комітети і працюють у відповідних напрямках, таких як робота зі спонсорами, робота з почесними гостями, інформаційна підтримка, технічна підготовка, комунікація з учасниками, створення декору, режисерська робота.

На завершальному етапі проведення відбувається реалізація всіх планів проєкту, робота триває на декількох локаціях: реєстрація учасників, фотозона, квест-екскурсія університетом, сцена – церемонія нагородження.

На підставі дослідження можна стверджувати, що фестивалі – вдало обрана платформа, на якій реалізується практико-орієнтоване навчання.

#### Список літератури

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

2. Goleman D. Emotional intelligence. New York : Bantam Books, 1995. 352 p.

3. Журавель Т. В., Rogozna Ю. М Неформальна освіта як інструмент підвищення лідерського потенціалу учнів ПТНЗ // Освітнологічний 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](http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/23725/1/T_Zhuravel_Y_Rogozna_PLP_SPSR_IL.pdf).

Zhuravel\_Y\_Rogozna\_PLP\_SPSR\_IL.pdf. Дата звернення: 18. 12. 2018.

4. Зайцев В. П. Режисура естради та масових видо-вищ. Київ : Дакор, 2003. 304 с.

5. Мрига П. Н. Тлумачний словник театральних термінів. Тернопіль, 2011. 240 с.

6. Григорьева Е. И., Великанова Е. В. Самодеятельное творчество как основа возрождения национальных культурных традиций : учеб. пособ. Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. 312 с.

7. Самойленко А. А. География туризма : учеб. пособ. 3-е изд. Ростов н/Д : Феникс ; Краснодар : Неоглори, 2008. 359 с.

8. 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.

9. 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.

10. Гірник А. М. Основи конфліктології. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2010. 222 с.

11. Всеукраїнський фестиваль буктрейлерів і промо-роликів «Book Fashion». 2018. URL: <http://ij.kubg.edu.ua/struktura/kafedry/2016-06-23-13-41-26/anonsy.html>.

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

#### References

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

2. Goleman, D. (1995), Emotional intelligence, New York: Bantam Books, 352 p.

3. 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 Dyskurs: 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](http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/23725/1/T_Zhuravel_Y_Rogozna_PLP_SPSR_IL.pdf).

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

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

6. 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.

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

8. Kulish, Ya. O. (2018), "Festival activities in nonformal education of students", Social Communications and New Communication Technologies: Proceedings of the All-Ukrainian Scientific and Practical [Conference Sotsialni komunikatsii i novi komunikatyvni tekhnolohii: Materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii], Zaporizhzhia, pp. 96–100.
9. 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.
10. Hirnyk, A. M. (2010), Fundamentals of Conflict. Kyiv: Vydavnychiy dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 222 p.
11. Institute of Journalism of Borys Grinchenko Kyiv University (2018), «All-Ukrainian Festival of Book Trailers and Promoters "Book Fashion"», available at: <http://ij.kubg.edu.ua/struktura/kafedry/2016-06-23-13-41-26/anonsy.html>.
12. Institute of Journalism of Borys Grinchenko Kyiv University (2016), «The first All-Ukrainian festival "Smart Blog"», available at: <http://ij.kubg.edu.ua/proinstytut/news/anonsidetail/115-i-vseukrainskyi-festyval-bloherivsmart-blog.html>.

Подано до редакції 15. 05. 2019 р.

Кулиш Я. А., студентка ІV курсу  
Інститута журналістики  
Київського університету імені Бориса Грінченка  
(Київ, Україна)

НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ СТУДЕНТОВ  
ЖУРНАЛИСТСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ (НА ПРИМЕРЕ  
ФЕСТИВАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНСТИТУТА ЖУРНАЛИСТИКИ  
КИЕВСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ БОРИСА ГРИНЧЕНКО)

**Аннотация.** Актуальность темы исследования заключается в том, что на современном этапе неформальное образование направлено на воспитание и обучение студенчества. Такое образование организуется за пределами учебных программ. Неформальное образование предоставляет широкие возможности для углубления профессиональных компетенций с помощью инновационных подходов.

Фестивали могут принять на себя особую ответственность в представлении и продвижении себя как неформального способа образования студентов, выбравших журналистику как сферу деятельности и будущего трудоустройства. Фестивальная деятельность сегодня является одним из средств приобретения студентами практического опыта, но среди научной общественности рассматривается чаще как художественное направление, поэтому до сих пор не освещалась в образовательном аспекте.

Участие студентов в организационной работе над фестивальным проектом позволяет усовершенствовать навыки, углубить знания и профессиональные компетенции, такие как: планирование и организация командной деятельности, решения проблем, генерирование новых идей и тому подобное.

Неизученность этого вопроса в научной литературе, потребность в профессиональных компетентных специалистах в журналистской сфере деятельности, отсутствие четкой поэтапной модели построения организационного процесса обусловили возникновение необходимости исследовать фестивальную деятельность не как художественное направление, а как разновидность неформального образования.

Цель исследования – изучить фестивальную деятельность как разновидность неформального образования студентов журналистских специальностей.

Научная новизна исследования заключается в том, что на основе проанализированных проектов была разработана эффективная модель организации студенческих фестивалей. В результате проведенного исследования впервые усовершенствована теория – проанализированы и сформулированы понятия фестивальной деятельности как формы неформального образования студентов.

В освещении результатов исследования предложены также методы взаимодействия формального и неформального образования на студентов журналистских специальностей.

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