

12. Popenko, O. M., 2012. Profesiina kultura vchytelia yak intehratsiina yakist osobystosti pedahoha-profesionala [Teacher professional culture as an integrative quality of a professional teacher personality], *Naukovi zapysky Nizhynskoho derzhavnoho universytetu im. Mykoly Hoholia. Psykholoho-pedahohichni nauky*, 1, s. 44–49 [online]. Dostupno: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzsp_2012_1_12>.
13. Ukraina. Verkhovna Rada. Zakon, 2017. *Pro osvitu* [On education] [online]. Dostupno: <<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>>.
14. Ukraina. Verkhovna Rada., 2020. *Dovidnyk kvalifikatsiinykh kharakterystyk profesii pratsivnykiv* [Handbook of qualification characteristics of employees' professions]. Vypusk 78 «Okhorona zdorovia» [online]. Dostupno: <<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va117282-02#Text>>.
15. Ukraina. Verkhovna Rada. Zakon, 2014. *Pro vyshchu osvitu* [On higher education], 2014) [online]. Dostupno: <<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>>.

DOI: <https://doi.org/10.32626/2309-9763.2020-29-250-265>
УДК 007:304:659

Горбенко Галина Василівна,

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри реклами та зв'язків із громадськістю
Київський університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5029-0267>

h.horbenko@kubg.edu.ua

Іващенко Вікторія Людвігівна,

доктор філологічних наук, старший науковий співробітник,
професор кафедри видавничої справи
Київський університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8044-4116>

v.ivashchenko@kubg.edu.ua

Нетреба Маргарита Миколаївна,

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри реклами та зв'язків із громадськістю
Київський університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7854-6685>

m.netreba@kubg.edu.ua

Анімаційні технології: експериментальна модель навчання у вищій школі

Анотація. У сучасних умовах реальної конкуренції на ринку праці України в багатьох організаціях наявний брак кваліфікованих практико-орієнтованих кадрів, здатних успішно розробляти й упроваджувати наукоємні технології та реалізовувати реальні бізнес-процеси за допомогою інноваційних технологій.

Така ситуація спричиняє протиріччя між системою вищої професійної освіти України та сучасним бізнесом. Тому вища школа розробляє нові освітні експериментальні моделі як підґрунтя розбудови інноваційних технологій навчання.

Проблема впровадження експериментальних моделей практико-орієнтованого навчання вже привернула увагу відомих науковців. Є чимало праць, присвячених навчанню студентів із використанням новітніх технологій. Проте не вдалося віднайти жодних досліджень із проблеми практико-орієнтованого навчання із застосуванням технології анімації у викладанні курсів зі створення реклами.

Саме тому мета нашого дослідження – з'ясування ефективності впровадження практико-орієнтованої експериментальної моделі навчання з використанням анімаційних технологій у мультимедійному середовищі вищої школи, зокрема в Київському університеті імені Бориса Грінченка.

Дослідження розкриває специфіку впровадження моделі для студентів, які здобувають ступінь бакалавра за освітньою програмою «Реклама та зв'язки з громадськістю», аналізує результати та окреслює подальші перспективи її впровадження в освітній процес ЗВО. Центри компетентностей Університету Грінченка стали базою для цього освітнього експерименту, оскільки навчання в таких центрах сприяє формуванню цифрової та медіаграмотності в майбутніх фахівців, допомагає їм адаптуватися до виробничих процесів, набувати необхідних умінь і навичок колективної роботи та індивідуальної відповідальності.

Для оцінювання експерименту було проведено опитування студентів 1–2 курсів Інституту журналістики Університету Грінченка.

Результати анкетування показали, що студенти високо оцінили вивчення та застосування технології анімації для створення рекламного продукту. У підсумку, значна кількість із них обрали дисципліну «Анімація в рекламі» як вибіркову за іншою спеціальністю.

Ключові слова: експериментальна модель; практико-орієнтоване навчання; навчальна дисципліна; технологія анімації; центри компетентностей.

1. ВСТУП / INTRODUCTION

Постановка проблеми. Однією з актуальних проблем, яка сьогодні турбує науковців та власне медіапедагогів, є проблема створення експериментальних моделей практико-орієнтованого навчання. Вона передбачає перехід від звичайного передавання знань до практичного набуття професійного досвіду. У сучасних умовах реальної конкуренції на ринку праці України в багатьох організаціях наявний брак кваліфікованих практико-орієнтованих кадрів, здатних успішно розробляти й упроваджувати наукоємні технології та реалізовувати реальні бізнес-процеси за допомогою інноваційних технологій. Така ситуація спричиняє протиріччя між системою вищої професійної освіти України та сучасним бізнесом. Тому вища школа розробляє нові освітні експериментальні моделі як підґрунтя розбудови інноваційних технологій навчання. Це сприяє підвищенню вмотивованості студента до набуття професійної компетентності, а також значно скорочує адаптаційний період випускників вишів під час переходу до практичної діяльності в організаціях і на підприємствах [1, с. 64].

Однією з експериментальних освітніх моделей в Україні є впроваджена з 2016 р. в Київському університеті імені Бориса Грінченка інноваційна стратегія практико-орієнтованого навчання, яка передбачає «занурення» в центри компетентностей [4]. Так, в Інституті журналістики, що є одним зі структурних підрозділів університету, студенти набувають професійних навичок у центрах сучасних комунікацій, ефірного й цифрового радіомовлення, мультимедійних технологій, інформаційно-аналітичному центрі та навчально-виробничій майстерні «Грінченко-інформ».

Створення центрів компетентностей – це інноваційний поступ в освіті України, що зменшує час на традиційні лекції й теоретичні семінари. Такий підхід сприяє застосуванню інтерактивних технологій, приділяє більшої уваги практичній підготовці, практико-орієнтованим дослідженням, упроваджує ефективний моніторинг оцінювання знань та нові форми навчання зі створенням професійного портфоліо студента. Їхня мережа сприяє формуванню цифрової та медіаграмотності в майбутніх фахівців, допомагає їм адаптуватися до виробничих процесів, набувати необхідних умінь і навичок колективної роботи та індивідуальної відповідальності. З-поміж пріоритетів діяльності практичних центрів як інноваційної форми професійної зайнятості студентів визначено такі: створення центрів відповідно до профілю навчання; заміна за допомогою центрів частки пасивних методів навчання на інтерактивні в наслідок збільшення останніх; збільшення кількості професійно-зорієнтованих дисциплін та узгодження їх зі змістом роботи центрів; використання мережі центрів для апробації ефективності вибіркового дисциплін та доречності їхнього подальшого впровадження до освітнього процесу; залучення висококваліфікованих спеціалістів практиків до навчального процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У цьому сенсі заслуговують на увагу, напр., праці Девіда Колба, зокрема його теорія експериментального навчання (ELT), яка працює на двох рівнях, чотирьох етапах з урахуванням чотирьох стилів навчання, і стосується внутрішніх когнітивних процесів здобувачів освіти, що здобувають знання через досвід [15]. Грунтуючись на фундаментальних працях Курта Левіна, Джона Дьюї та інших, теорія експериментального навчання передбачає динаміку. Вона заснована на цикловому навчанні, простір якого є багаторівневим і розвивається в різних напрямках на рівні індивіда, групи та організації. ELT корисна для розроблення та впровадження програм освітнього менеджменту до вищої освіти та управління й розвитку [14].

Найкращим способом вивчення професії є набуття практичного досвіду роботи в ній через практико-орієнтоване навчання у вищих і середніх школах. Так, в Україні розроблено оригінальну модель практико-орієнтованого навчання іноземної мови учнів із ДЦП [19] в аспекті розроблення моделей практико-орієнтованих підручників [21].

Особливо практико-орієнтоване навчання стосується журналістики. Таке бачення проблеми дає підстави деяким науковцям критикувати наявні сьогодні у вищих системах підготовки фахівців, наприклад, із наукової журналістики в Іспанії [10].

В Україні особливості упровадження практико-орієнтованого підходу до професійної підготовки бакалаврів реклами і зв'язків із громадськістю вивчала Г. Горбенко [1]. Проте теоретико-методологічні й технологічні аспекти цього підходу, особливо в підготовці фахівців медійної сфери, мало вивчені. Стає очевидним, що ця проблема є актуальною.

Запити інформаційного суспільства спонукають організувати процес навчання так, щоби він впливав на розвиток внутрішньої мотивації кожного школяра або студента, став причиною стійкого пізнавального інтересу, формував систему практично затребуваних знань і умінь, які в майбутньому й забезпечать позитивні

можливості для оволодіння тією чи іншою професією. Ефективним засобом організації цього процесу визнають мультимедійні технології, які дозволяють не просто візуалізувати інформацію для користувачів, а й допомогти краще її осмислити та запам'ятати.

Одним із різновидів таких технологій є анімація – найефективніший інструмент комунікації практично в усіх сферах життя: у рекламі, бізнесі, освіті, дизайні, архітектурі, медицині, техніці. Дослідники технології анімації вважають, що вона має значну перевагу перед усіма іншими видами подання інформації, адже за її допомогою інформація, яку передають, стає динамічною та інтерактивною, що спонукає глядача легше її засвоювати. Цьому сприяють комп'ютерні технології, які можуть надати складній інформації зрозумілої широкій аудиторії форми [2].

Узагалі термін «анімація» використовують у різних значеннях:

- у соціокультурному – його розуміють як організацію дозвілля або як спосіб ведення соціально-культурної роботи в різних сферах суспільного життя;
- у власне мистецькому – як вид художньої творчості, різновид кіномистецтва, що належить до аудіовізуальних мистецтв, де анімація – це «знімання послідовних фаз руху об'єктів, наділення штучно створених образів «душею» за допомогою певних технік і різних засобів виразності» (про термін анімація в кореляції з термінологією різних видів мистецтв див. [3; 5]. На думку Є. Попова, у сучасній культурі твори анімації мають важливе значення, вони є популярними, як ніколи; анімація надає великі можливості для експериментів зі створення нових та поєднання старих технік і використання новітніх досягнень науки [5].

Сьогодні анімацію активно вивчають у різних аспектах, зокрема, з огляду на: конвергенцію та інтеграцію засобів масової комунікації [7]; зіставлення переваг і недоліків статичної графіки та анімації [22]; особливості комп'ютерної (зовнішньої) та ментальної анімацій [12]; ефекти комп'ютерної анімації для користувацької продуктивності [9]; поєднання високошвидкісних камер та програмного забезпечення анімації Stop-motion для підтримування моделювання рухів людини [17]; використання уповільнення для анімованих оповідань [18] тощо.

Проте перед науковцями є чимало невирішених питань, пов'язаних з упорядкуванням та систематизацією анімаційної термінології, з універсальною класифікацією анімаційних творів та їхнім впливом на зорову свідомість, із кризою анімації в деяких країнах та відсутністю анімаційних шкіл, систематизованих знань з анімаційного мистецтва тощо [5].

Анімаційні технології початку XXI ст. є обов'язковим елементом не лише екранної культури, а й медійного простору та електронного навчання. Саме тому в наукових працях наших сучасників натрапляємо на дискусії щодо висвітлення питань упровадження технології анімації в освітній процес як інноваційної технології електронного навчання. З-поміж актуальних проблем, напр., такі: оптимізація мультимедійного навчання з використанням анімованих педагогічних агентів, вплив на свідомість такого агента, особливості його зображення та надмірність [6]; принципи анімації та інтерактивності мультимедійного навчання [8]; навчальна анімація проти статичних зображень [13]; вплив анімації на вдосконалення описових і процедурних текстів у мультимедійному навчальному середовищі [16]; забезпечення, полегшення та гальмування ефектів анімації в мультимедійному навчанні [20] та чимало інших.

Гідом саме для студентів, які хочуть опанувати можливі анімаційні процеси й техніки, пройти всі етапи створення анімаційного фільму, ролика, починаючи від передвиробничого, сценарію до показу й поширення готового твору, використовуючи не лише новітні методи комп'ютерної анімації, а й величезний багаж нецифрових методів, може стати «Біблія анімації» [11].

Якщо світовий досвід вивчення анімаційної проблематики рясніє чималою кількістю наукових праць, то в Україні питання створення якісних анімаційних творів, основні принципи використання анімації та анімаційних технологій у навчальному процесі майже не досліджені, що засвідчує актуальність запропонованої теми.

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ / AIM AND TASKS

Саме тому **метою** нашого дослідження є з'ясування ефективності упровадження практико-орієнтованої експериментальної моделі навчання з використання анімаційних технологій у мультимедійному середовищі вищої школи, зокрема в Інституті журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Мета передбачає такі основні **завдання**:

- обґрунтовуючи гіпотезу про значну перевагу анімації перед усіма іншими видами подання інформації та застосування цієї технології в рекламі і створенні медіаконтенту, показати її ефективність як засобу організації навчального процесу, що дозволяє не лише візуалізувати інформацію для користувачів, а й допомогти краще її осмислити та запам'ятати;
- розкрити специфіку впливу мультимедійної технології, яка надає різні можливості для реалізації творчих ідей, на розвиток внутрішньої мотивації студента, його стійкого пізнавального інтересу, формування системи практично затребуваних знань і вмінь;
- описати поетапність упровадження практико-орієнтованої моделі навчання технології анімації на базі центрів компетентностей Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка для студентів, які здобувають ступінь бакалавра за освітньою програмою «Реклама та зв'язки з громадськістю»;
- узагальнити дані експерименту та сформулювати висновки.

3. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ / RESEARCH METHODOLOGY

Упровадження практико-орієнтованої моделі навчання технології анімації в межах дисципліни «Анімація в рекламі», передбачало:

- експеримент з упровадження вибіркової дисципліни «Анімація в рекламі», під час вивчення якої студенти поетапно «занурюються» в центри компетентностей Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (мета дисципліни – формування знань і вмінь у галузі комп'ютерної анімації як вискоєфективної технології створення рекламного контенту, що стимулює чуттєву та пізнавальну зацікавленість студентів як безпосередній внутрішній мотиватор навчання);
- застосування нового моніторингу оцінювання знань і творчих результатів;
- експериментальне поєднання методів формальної освіти з неформальною організацією освітнього процесу під час складання заліку у форматі фестивалю реклами.

Для вивчення стану розроблення проблеми було застосовано методи збирання інформації (інтерв'ю, інтерв'ю в цілеспрямованих групах), її аналізу, систематизації та узагальнення. Насамперед пошук та аналіз теоретичних праць науковців, які вже вивчали експериментальні моделі навчання та застосовували їх у практико-орієнтованих підходах до навчання у вищій школі. Дослідження механізму

впровадження запропонованої моделі навчання анімаційних технологій базувалося на кількісному методі закритого опитування, що уможливило отримання статистичних даних щодо попиту на неї та доцільності використання в багатофункціональному середовищі, зокрема так, як це бачать самі студенти. Цілеспрямоване групове опитування використовувалося для обговорення форм і методів навчання у вищій школі, виявлення інноваційних форм навчання (анімаційні відеолекції) для засвоєння теорії та практичної моделі у вищій школі.

Учасники. Загалом в експерименті взяли участь 210 студентів Інституту журналістики Київського університету імені Грінченка, з-поміж яких:

- 50 студентів 2 курсу освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю» (вони працювали над власними анімаційними роликами в центрах компетентностей);
- 160 студентів 1 курсу спеціальності 061 «Журналістика» (були учасниками / спостерігачами студентського анімаційного фестивалю й разом із професійним журі тестували та оцінювали за певними критеріями навчальні відео).

Для застосування технологій анімації під час створення анімаційного ролика студенти повинні вже мати певні знання у сфері дизайну, анімації, моделювання, режисури, а також із монтажу та роботи зі звуком. Саме тому нові центри компетентностей були облаштовані відповідно до вимог і потреб сучасного мультимедійного світу.

Основні етапи впровадження моделі навчання технології анімації в Інституті журналістики:

І етап – попередня робота викладача (підготовка програми вибіркової дисципліни «Анімація в рекламі», формулювання навчальної мети, завдань, визначення структури навчального процесу, вибір виду діяльності та методів навчання). Навчальним планом на вивчення дисципліни відведено 30 годин, із них 2 години – лекції, 12 годин – практичні заняття, 2 години – модульний контроль, 14 годин – самостійна робота. Вивчення дисципліни завершує складання заліку.

II етап – ознайомлення студентів із дисципліною «Анімація в рекламі».

III етап – організація роботи студентів над кейсами, безпосередня робота над ними (створення кейсів, планування основних етапів у роботі та підсумовування).

Тривалість роботи над навчальним анімаційним відео становила 30 годин протягом 6 тижнів. Практико-орієнтована модель навчання саме технології анімації під час вивчення дисципліни «Анімація в рекламі» реалізувалася в кілька етапів:

- 1) розроблення ідеї, концепції, стилістики;
- 2) створення унікального сценарію;
- 3) розкадрування, промальовування головних сцен;
- 4) створення персонажів;
- 5) анімація;
- 6) дикторське озвучення;
- 7) музичне оформлення;
- 8) монтаж.

Перші п'ять етапів роботи над анімаційним роликом студенти працювали в Центрі мультимедійних технологій¹, який створено для розроблення крос-медійних і

¹ Для створення анімаційного продукту в центрі використовують такі дидактичні матеріали: бібліотеку друкованих видань із типографіки в дизайні друкованої продукції та вебдизайні, роботи з програмами верстки, графічними пакетами, програмами з опрацювання аудіо-, відеоматеріалів, Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Premiere тощо (друковані книжки для спільного користування студентів і викладачів); електронну бібліотеку видань та електронні ресурси з мультимедійних технологій (створюються на сервері спільними зусиллями викладачів, які працюють у лабораторії); планшети з прикладами найкращих студентських робіт, підготовлених у центрі (розміщено на стінах центру).

трансмедійних студентсько-викладацьких проєктів із метою опанування такими практичними навичками: комп'ютерного опрацювання та підготовки до друку різних типів текстових і зображувальних оригіналів за допомогою верстальних програм Adobe InDesign і QuarkXPress, графічних пакетів Adobe Photoshop і Adobe Illustrator; підготовки мультимедійного контенту (аудіо-, відеомонтаж, створення мультимедійних лонгридів, мультимедійних інтерактивних таймлайнів, інтерактивної графіки); вміння працювати в мультимедійних редакціях в умовах моноплатформного (онлайніві медіа, які не мають традиційних аналогів) та мультиплатформного і крос-медійного виробництва (конвергентні редакції мультимедійних холдингів).

Для створення навчальних роликів студенти використали технологію шейпової анімації (ShapeGraphics від англ. Shape – фігура, форма) з «плоским дизайном» (англ. Flat Design). Це один із різновидів технології Motion Design як «двовірної графіки, заснованої на використанні «шейпової» графіки елементарних графічних «примітив» – круга, квадрата, прямокутника тощо (...) для створення складних анімаційних зв'язок. (...) Використання цього підходу в рекламних роликах дозволяє представити складну інформацію структуровано і спрощено, щоби її розуміли глядачі. Унаслідок такого виконання рекламні ролики, створені з використанням «шейпової» графіки надзвичайно затребувані у сфері корпоративної реклами, а також у рекламі розважальних та бізнес-послуг, у роликах-інструкціях та роликах-презентаціях» [2, с. 169].

Після розроблення дизайн-концепції анімаційного відео, її презентації, обговорення з колегами-студентами й викладачами, затвердження та створення ролика, майбутні аніматори переходять працювати зі звуком і музикою в Центр ефірного та цифрового радіомовлення², заснованого як навчально-виробнича база для практико-орієнтованого викладання всіх дисциплін, пов'язаних із виробленням аудіопродукту, що є своєрідною творчою лабораторією з моделювання реальних процесів сучасного радіовиробництва.

Останній, завершальний, етап роботи над анімаційним роликом – це монтаж у телемайстерні «Астудія», що працює в університеті з 2012 р. і має значні напрацювання та вагомі здобутки. Тут студенти навчаються виготовляти відеоконтент в умовах реального телебачення.

IV етап – оцінювання роботи студентів.

Вивчення дисципліни «Анімація в рекламі» завершила нетрадиційна для вищої школи форма контролю – залік-експеримент у форматі студентського фестивалю анімації «Grinch Animation AdFest». Експертне журі оцінювало роботи учасників, що працювали над створенням навчального анімаційного ролика з основ реклами.

Тестування рівня знань. На студентський анімаційний фестиваль «Grinch Animation AdFest» було подано 25 навчальних анімаційних роликів з основ реклами. Журі оцінювало роботи учасників за п'ятьма критеріями:

Технічно центр має ліцензійне забезпечення Adobe, комп'ютерний парк, потужний комп'ютерний сервер для створення електронної бібліотеки студентських робіт, мультимедійні засоби.

² У цьому центрі передбачено такі основні форми роботи зі студентами: практичні заняття (підготовка й запис інформаційного випуску новин, проблемного інтерв'ю, бесіди, репортажу, коментаря на актуальну тему, огляд газет, радіозамальовки, що їх здійснюють самі студенти); тренінги з розвитку мовленнєвого апарату, поставлення голосу, темпоритміки читання тексту; тести з культури й техніки усного мовлення щодо правильного озвучування матеріалу для радіопередачі (інтонація, дикція, правильна чітка вимова); гостьові майстер-класи з відомими радіожурналістами, ведучими програм популярних радіостанцій; ситуативні завдання; тематичні ігри; індивідуальні консультації.

- ступінь розкриття теми (висвітлення основних понять та ключових теоретичних положень, відповідність змісту);
- якість та ефекти (стиль, художність, композиція кадру та інші ефекти);
- креатив (творчий підхід, оригінальність);
- естетичне враження;
- технічне рішення монтажу (враховувалися всі аспекти монтажу ролика: час, темп, динаміка, використання звуку, музики тощо).
- За кожним критерієм ролик мав змогу отримати від 1 до 10 балів, тобто 500 балів максимально (див. Рис. 1).

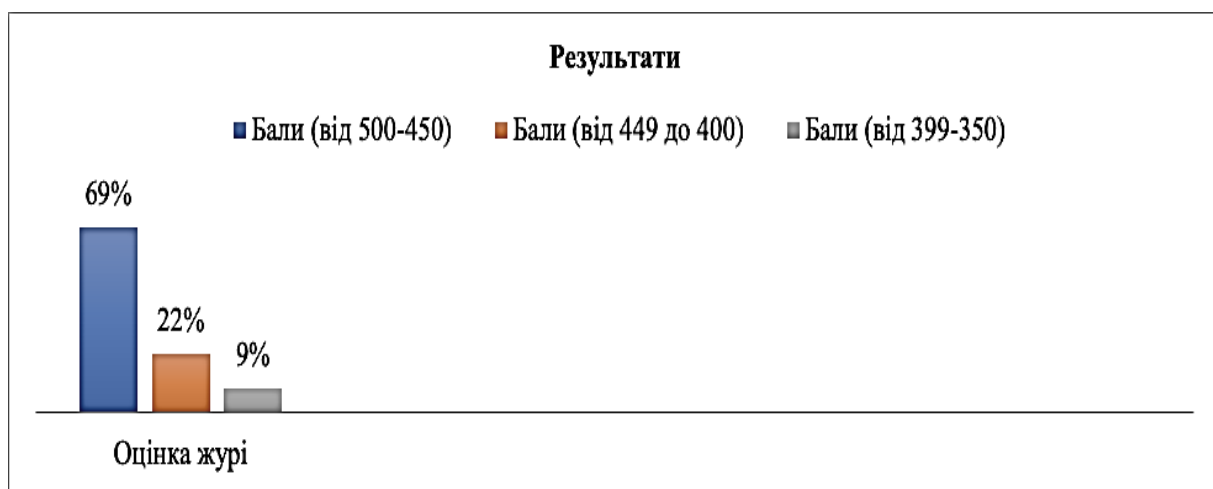


Рис. 1. Результати оцінювання журі

Усі анімаційні відео було розміщено у творчих професійних портфоліо студентів, відкритих для роботодавців.

4. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ / RESEARCH FINDINGS

Для з'ясування ефективності впровадження практико-орієнтованої моделі навчання технології анімації у виші було проведено опитування серед тих, хто вивчав дисципліну «Анімація в рекламі», яке передбачало відповіді на такі запитання:

1. Чи потрібно застосовувати інноваційний метод навчання у вигляді анімаційних технологій у навчальному процесі?
2. Як за 5-ти бальною шкалою Ви оцінюєте ефективність набутих компетентностей під час вивчення дисципліни «Анімація в рекламі»?
3. На скільки успішно за результатами фестивалю Ви б повторно склали екзамен із дисципліни «Основи реклами»?

На перше запитання опитувані студенти відповіли: «так, потрібно застосовувати анімаційні технології в навчальному процесі» – 72 %; «не зовсім так» – 20 %; «можливо» – 8 %; «ні» – 0 % (див. Рис. 2).

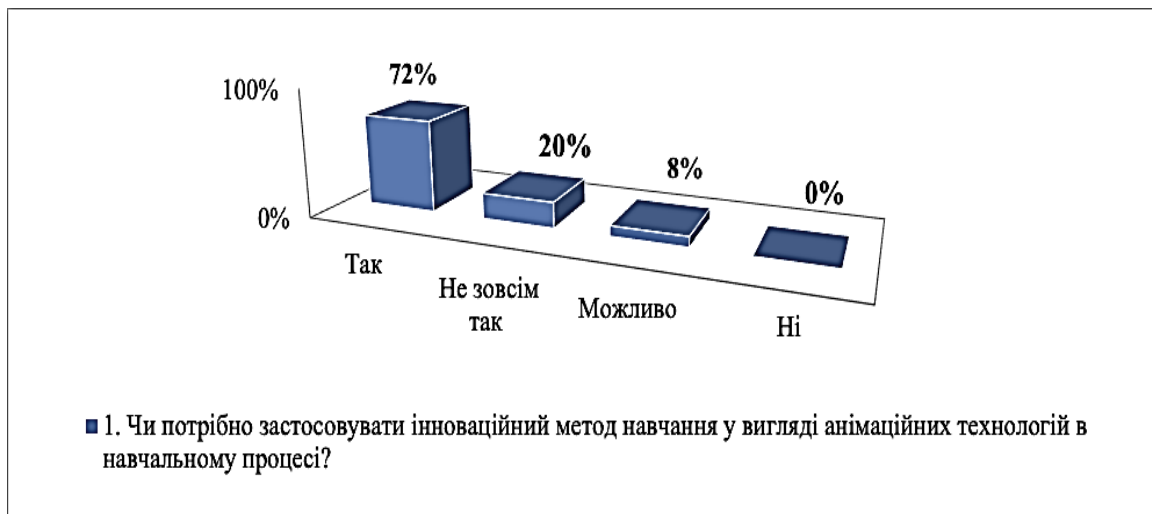


Рис. 2. Відповіді студентів щодо необхідності застосовування технології анімації в навчальному процесі

На друге запитання отримано такі відповіді: найефективнішою компетентністю під час вивчення дисципліни «Анімація в рекламі» визнано проєктну (4,5 балів за 5-ти бальною шкалою); на другому місці – інформаційна компетентність (3,92 бали); на третьому – комунікативна (3,72 бали); на четвертому – аналітична (3,12 бали) (див. Рис. 3).

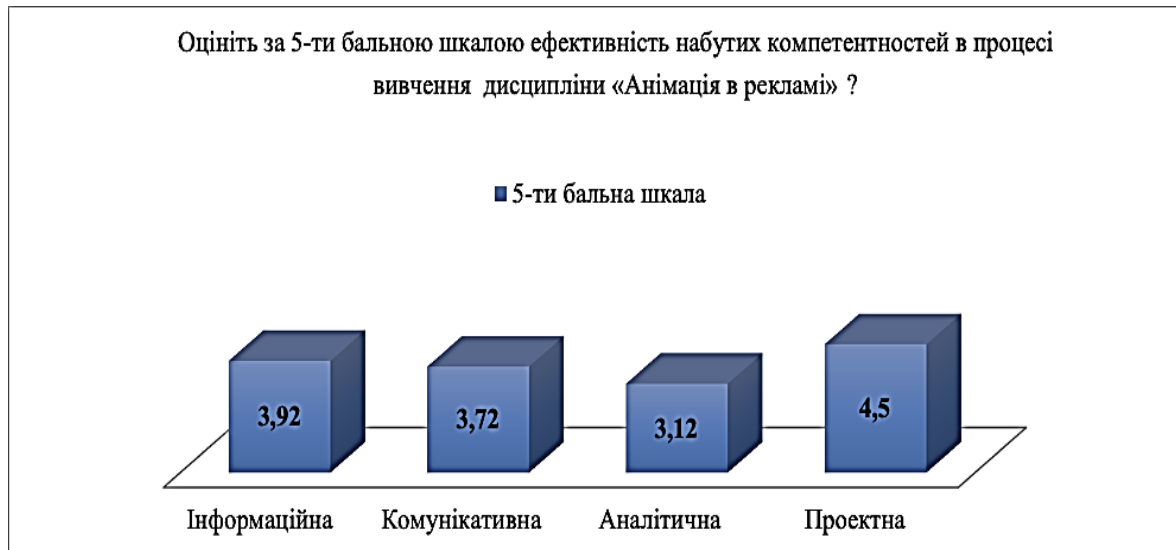


Рис. 3. Оцінка студентів ефективності набутих компетенцій під час вивчення дисципліни «Анімація в рекламі»

На третє питання 72 % студентів відповіли, що вони б успішно склали повторно екзамен із дисципліни «Основи реклами» в діапазоні 90 – 100 балів, а 28 % опитуваних – у діапазоні 82 – 89 балів (див. Рис. 4).

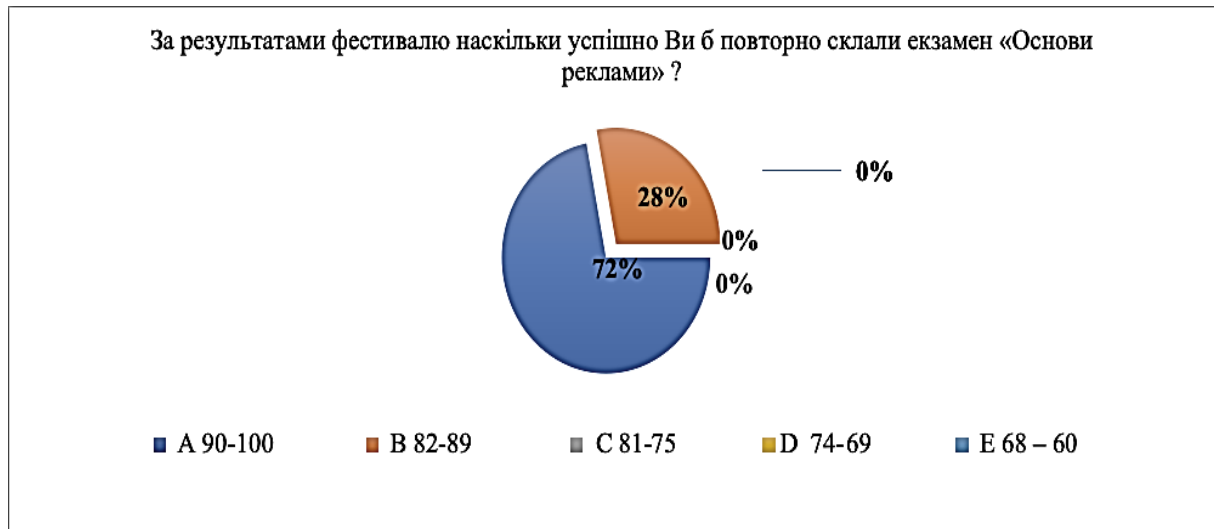


Рис. 4. Відповіді студентів щодо успішності повторного складання екзамену з дисципліни «Основи реклами»

Після експерименту з практико-орієнтованим навчанням технології анімації під час вивчення дисципліни «Анімація в рекламі» Інститут журналістики додав її до загального переліку вибіркових дисциплін. За його результатами надійшла значна кількість заяв від студентів інших спеціальностей, які планували вивчати цю дисципліну протягом 2018 – 19 рр.

Збільшилися запити роботодавців на випускників Інституту. Студентам, які успішно склали дисципліну «Анімація в рекламі», було запропоновано пройти виробничу практику в державних та приватних установах, де вони створювали анімаційні відео для замовників.

Після проведення анімаційного фестивалю, усі творчі доробки студентів у вигляді анімаційних навчальних роликів з основ реклами були використані для фокус-групового інтерв'ю (дискусії) з експертами.

У червні 2018 р. було проведено кілька фокус-групових сесій зі студентами, що навчаються за освітніми програмами спеціальності 061 «Журналістика» (18 – 20 років), викладачами з реклами (30 – 45 років), слухачами програми «Менеджер із соціальних медіа» (35 – 50 років) на базі Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. Фокус-групи склалися із 6 – 8 респондентів різної статі та вікових категорій.

Фокус-групове дослідження передбачало визначення мети, завдань, робочої гіпотези та сценарію проведення інтерв'ю у фокус-групах, метою якого було обґрунтування змін щодо форм і методів викладання у вищій школі. Серед основних завдань – виявлення інноваційних форм навчання (анімаційних відеолекцій) для засвоєння теорії і практики впровадження практико-орієнтованої моделі навчання у вищій школі. За робочу гіпотезу було обрано припущення щодо перспективи використання в навчальному процесі анімаційних відеолекцій (наприклад, через 3 – 5 років 30 відсотків теоретичного матеріалу трансформується в анімаційний формат). Сценарій проведення фокус-груп передбачав дискусію та обговорення таких питань:

1. Який спосіб запам'ятовування інформації для Вас найдієвіший?
2. Чи зможуть анімаційні відеолекції витіснити традиційні лекції у вищій школі?

3. Які умови (можливості) є в університеті для створення анімаційних відеолекцій?

Отже, дослідницькі матеріали, отриманні в результаті проведення фокус-груп показав такі результати:

1. Більшість експертів (90 %) вважають, що анімаційні навчальні лекції – це не тільки альтернатива традиційному навчанню, а й ефективний метод викладання теорії (або науки) у вищій школі.
2. Впровадження таких нових навчальних матеріалів сприяє конкурентоспроможності університету на ринку освітніх послуг України.
3. Анімаційні лекції є одним з ефективних засобів для організації педагогічної діяльності викладача та елементом дистанційного навчального курсу.
4. Майже 70 % викладачів-експертів показали готовність до навчання в нових центрах компетентностей із метою трансформації своїх теоретичних надбань у новий анімаційний формат; готовність бути медіаграмотним у цифровому світі відповідно до вимог сучасної мультимедійної ери.

Результатами експериментального навчання технології анімації в центрах компетентностей стали:

- підвищення якості викладання дисципліни «Анімація в рекламі» та її чітке структурування за виконуваними видами робіт у центрах;
- створення наближеної до професійного середовища атмосфери виробничої практики;
- активніше використання інтерактивних методів навчання;
- упровадження вибіркової дисципліни в освітній процес, що пройшла належну апробацію;
- можливість залучення до навчального процесу через роботу в центрах висококваліфікованих спеціалістів-практиків;
- опанування різних професій – сценариста, художника-ілюстратора, аніматора, моушн-дизайнера, звукорежисера, оператора, диктора, арт-директора.

5. ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ / CONCLUSIONS AND PROSPECTS FOR FURTHER RESEARCH

Досвід упровадження моделей саме практико-орієнтованого навчання у вищій школі не знайшов належного висвітлення в наукових працях. Попри це є чимало наукових досліджень, присвячених упровадженню анімаційних технологій у навчальний процес у різних країнах. В Україні питання створення анімаційних творів, використання анімації та анімаційних технологій у ЗВО майже не досліджені.

Запропонована модель навчання технології анімації в Інституті журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка – одна з перших спроб долучитися до світового досвіду. Її реалізовано в межах дисципліни «Анімація в рекламі» за допомогою методів, заснованих на співпраці, зокрема експерименту, методу кейсів (case study), методу проєктів та групових завдань.

Поетапне впровадження моделі навчання технології анімації та поетапне «занурення» в центри компетентностей під час роботи над кейсами анімаційних роликів допомогли студентам, які навчалися за освітньою програмою «Реклама та зв'язки з громадськістю» (перший, бакалаврський, рівень):

- 1) здобути в інтерактивній формі теоретичні та практичні знання: про призначення та можливості програми Adobe Animate CC, основні елементи її інтерфейсу та способи створення анімації в програмі; про етапи створення ролика, види анімації, властивості основних графічних форматів; професійні навички роботи в галузі мультимедіа;
- 2) навчитися: створювати й модифікувати зображення, редагувати об'єкти; створювати анімаційний ролик та застосовувати при цьому різні ефекти; користуватися інструментами малювання; імпортувати анімаційний контент; писати, редагувати й тестувати сценарії; використовувати за допомогою Adobe Animate CC технології створення інтерактивних зображень, власне анімації та анімаційних роликів, трансформацій, навігацій, різних флеш-уявлень, презентацій; використовувати основні програмні, технічні та прикладні системи комп'ютерної анімації; працювати в команді.

Реальне застосування знань і умінь на практиці під час занять у центрах компетентностей, наближених до виробничих умов, сформували в студентів проектну, інформаційну, комунікативну та аналітичну компетентності, цифрову компетентність майбутнього фахівця, заклали підвалини професійної медіаграмотності у візуальних комунікаціях.

Новий моніторинг оцінювання знань і творчих результатів під час складання заліку у форматі фестивалю реклами органічно поєднав формальну освіту з неформальною.

Опитування у фокус-групах показало 90 % зацікавленість в експериментальній моделі навчання технології анімації та ефективність її впровадження у вищій школі. Майже 70 % викладачів-експертів виявили готовність до навчання в нових центрах компетентностей та поширення цього досвіду в інших вишах України.

Перспективою подальшого застосування такої моделі може стати:

- 1) відкриття нових центрів компетентностей, зокрема: Центру візуалізації інформації (навчальної анімаційної студії), що навчатиме створення конкурентоспроможної анімації та об'єднуватиме мультиплікаційні традиції й сучасні комп'ютерні технології; Центру (студії) звукозапису;
- 2) реалізація в центрах компетентностей можливостей: виробництва анімаційного контенту в різних техніках; озвучування анімаційних роликів англійською мовою; створення спільних проєктів з іншими вишами, організаціями та установами не лише в Україні, а й закордонними; створення анімаційних продуктів для участі у виставках, конкурсах, фестивалях; проведення навчальних семінарів та запровадження курсів зі створення анімаційних продуктів.

Вважаємо, що запропоновану модель практико-орієнтованого навчання можна реалізувати й на базі середньої школи, що стане продовженням нашого експерименту.

6. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ТРАНСЛІТЕРАЦІЯ / REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

1. Горбенко, Г.В., 2015. Практико-орієнтоване навчання в підготовці бакалаврів реклами і зв'язків із громадськістю. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика*, Вип. 4, с. 64–69.
2. Жуков, А.В., 2016. Особенности технологии анимации в современной рекламе. *Молодой учёный*, № 11 (115), с. 168–171.

3. Іващенко, В.Л., 2006. *Концептуальна репрезентація фрагментів знання в науково-мистецькій картині світу (на матеріалі української мистецтвознавчої термінології)*, Київ: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 326 с.
4. Огнев'юк, В.О., 2017. Звіт ректора Київського університету імені Бориса Грінченка за 2017 рік. *Київський університет імені Бориса Грінченка*. Доступно: <http://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/zvit_rektora-2017n.pdf> [Дата звернення 29 Січня 2018].
5. Попов, Е.А., 2011. *Анимационное произведение: типология и эволюция образных средств*. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 198 с.
6. Atkinson, R., 2002. Optimizing learning from examples using animated pedagogical agents, *Journal of Educational Psychology*, 94(2), p. 416–427.
7. Baldwin, T., Stevens, McV.D., Steinfield, C., 1996. *Convergence. Integrating media, information and communication*, London: Sage Publications.
8. Bétrancourt, M., 2005. The Animation and Interactivity Principle of Multimedia Learning. In R. Mayer (Ed.), *Cambridge Handbook of Multimedia Learning* (pp. 287–296), Cambridge University Press.
9. Bétrancourt, M., Tversky, B., 2000. Effect of computer animation on users' performance: A review. *Le Travail Humain: A Bilingual and Multi-Disciplinary Journal in Human Factors*, 63(4), p. 311–329.
10. Cassany, R., Cortiñas, S., Elduque, A., 2018. Comunicar la ciencia: El perfil del periodista científico en España. [Communicating science: The profile of science journalists in Spain]. *Comunicar*, 55(XXVI).
11. Furniss, M., 2008. *The Animation Bible. A Guide to Everything from Flipbooks to Flash*, London: Laurence King Publishing.
12. Hegarty, M., Kriz, S., Cate, C., 2003. The roles of mental animations and external animations in understanding mechanical systems, *Cognition and Instruction*, 21(4), p. 325–360.
13. Höffler, T.N., & Leutner, D., 2007. Instructional animation versus static pictures: A meta-analysis. *Learning and Instruction*, 17(6), p. 722–738.
14. Kolb, A.Y., Kolb, D.A., 2008. Experiential Learning Theory: A Dynamic, Holistic Approach to Management Learning, Education and Development. In S.J. Armstrong, C. Fukami (Eds.), *Handbook of Management Learning, Education and Development* (pp. 42–68), London: Sage Publications.
15. Kolb, D.A., 1984. *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
16. Large, A., Beheshti, J., Breuleux, A., Renaud, A., 1996. Effect of Animation in Enhancing Descriptive and Procedural Texts in a Multimedia Learning Environment, *Journal of the American Society for Information Science*, 47(6), p. 437–448.
17. Lee, V.R., 2015. Combining high-speed cameras and stop-motion animation software to support students' modeling of human body movement, *Journal of Science Education and Technology*, 24(2–3), p. 178–191.
18. McKnight, A., Hoban, G., Nielsen, W., 2011. Using Slowmation for Animated Storytelling to Represent non-Aboriginal Preservice Teachers' Awareness of «Relatedness to Country». *Australasian Journal of Educational Technology*, 27(1), p. 41–54.
19. Scherba, N.S., 2019. The model of practice-oriented teaching foreign language learners with cerebral palsy. *Academic notes Series: Pedagogical Sciences*, 1(182), p. 151–155.
20. Schnotz, W., Rasch, T., 2005. Enabling, Facilitating, and Inhibiting Effects of Animations in Multimedia Learning: Why Reduction of Cognitive Load Can Have Negative Results on Learning. *Educational Technology Research and Development*, 53(3), p. 47–58.

21. Sternad, D., 2020. *Effective Management: Developing yourself, others and organizations*, London: Red Globe Press.
22. Tversky, B., Morrison, J.B., 2002. Animation: can it facilitate? *International Journal of Human-Computer Studies*, 57, p. 247–262.

ANIMATION TECHNOLOGIES: THE EXPERIMENTAL EDUCATIONAL MODEL IN HIGHER SCHOOL

Halyna Horbenko,

PhD in Pedagogy, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Advertising and Public Relations
Borys Grinchenko Kyiv University
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5029-0267>
h.horbenko@kubg.edu.ua

Victoria Ivashchenko,

Doctor of Sciences in Philology, Senior Researcher,
Professor of the Department of Publishing of the Institute of Journalism
Borys Grinchenko Kyiv University
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8044-4116>
v.ivashchenko@kubg.edu.ua

Margaryta Netreba,

PhD in Social Communications
Associate Professor of the Department of Advertising and Public Relations
Borys Grinchenko Kyiv University
Kyiv, Ukraine.
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7854-6685>
m.netreba@kubg.edu.ua

Abstract. Nowadays, in the context of effective competition in Ukrainian labor market, there is a lack of qualified practice-oriented personnel able to successfully design and implement business processes with the help of innovative technologies in a great deal of companies. This problem is a reason of contradictions between Ukrainian higher professional education system and modern business. That is why new educational experimental models as a basis for development of innovative educational technologies are designed in higher education.

The problem of practice-oriented experimental models has already attracted world-famous scientists' attention. A lot of Ukrainian and foreign scholarly works are focused on the education process with modern technologies integrated therein. However, the issue of practice-oriented education, in which animation technologies in Advertising courses are integrated, lacks scientific research.

That is why the aim of our article is to explore the efficiency of the practice-oriented educational model with the integration of animation technology in higher school multi-media environment, notably in Borys Grinchenko Kyiv University.

The specific nature of the aforementioned model implementation for students who get a bachelor's degree in Advertising and PR is considered in our research. The further prospects of the program implementation into the educational process of higher educational

institutions are analysed and described in the article. The facility for this educational experiment was the Competence Centers of Borys Grinchenko Kyiv University, since studying in these Centers helps develop digital and media literacy skills as well as adjust to production processes and get important skills of team-work and personal responsibility. To evaluate the experiment, a survey questionnaire for the first- and second-year students of Journalism Institute at Borys Grinchenko Kyiv University was carried out. The results of the survey demonstrate that the students have highly appreciated studying and application of the animation technology in advertising product creation. As a result, most of the students have elected the course «Animation in Advertising» as an elective to their main specialties.

Keywords: experimental model; practice-oriented education; academic discipline; animation technology; competence centers.

REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

1. Horbenko, H.V., 2015. Praktyko-oriientovane navchannia u pidhotovtsi bakalavriv reklamy i zviazkiv z hromadskistiu [Practice-oriented training for bachelors of advertising and public relations], *Neperervna profesiina osvita: teoriia i praktyka*, Vyp. 4, s. 64–69.
2. Zhukov, A.V., 2016. Osobennosti tehnologii animacii v sovremennoj reklame [Features of animation technology in modern advertising], *Molodoj uchjonyj*, № 11 (115), s. 168–171.
3. Ivashchenko, V.L., 2006. Kontseptualna reprezentatsiia frahmentiv znannia v naukovu-mystetskii kartyni svitu (na materialii ukrainskoi mystetstvoznavchoi terminolohii) [Conceptual representation of fragments of knowledge in the scientific and artistic picture of the world (on the material of Ukrainian art terminology)], Kyiv: *Vydavnychi Dim Dmytra Buraho*, 326 s.
4. Ohneviuk, V.O., 2017. Zvit rektora Kyivskoho universytetu imeni Borysa Hrinchenka za 2017 rik [Report of the Rector of Borys Grinchenko Kyiv University for 2017]. *Kyivskiy universytet imeni Borysa Hrinchenka*. Dostupno: <http://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/zvit_rektora-2017n.pdf>.
5. Popov, E.A., 2011. *Animatsionnoe proizvedenie: tipologija i evoljucija obraznih sredstv* [Animated work: typology and evolution of figurative means], Sankt-Peterburg: *Sankt-Peterburgskij gumanitarnyj universitet profsojuzov*, 198 s.
6. Atkinson, R., 2002. Optimizing learning from examples using animated pedagogical agents. *Journal of Educational Psychology*, 94(2), p. 416–427.
7. Baldwin, T., Stevens, McV.D., Steinfield, C., 1996. *Convergence. Integrating media, information and communication*, London: Sage Publications.
8. Bétrancourt, M., 2005. The Animation and Interactivity Principle of Multimedia Learning. In R. Mayer (Ed.), *Cambridge Handbook of Multimedia Learning* (pp. 287–296), Cambridge University Press.
9. Bétrancourt, M., Tversky, B., 2000. Effect of computer animation on users' performance: A review. *Le Travail Humain: A Bilingual and Multi-Disciplinary Journal in Human Factors*, 63(4), p. 311–329.
10. Cassany, R., Cortiñas, S., Elduque, A., 2018. Comunicar la ciencia: El perfil del periodista científico en España. [Communicating science: The profile of science journalists in Spain]. *Comunicar*, 55(XXVI).

11. Furniss, M., 2008. *The Animation Bible. A Guide to Everything from Flipbooks to Flash*, London: Laurence King Publishing.
12. Hegarty, M., Kriz, S., Cate, C., 2003. The roles of mental animations and external animations in understanding mechanical systems. *Cognition and Instruction*, 21(4), p. 325–360.
13. Höffler, T.N., & Leutner, D., 2007. Instructional animation versus static pictures: A meta-analysis. *Learning and Instruction*, 17(6), p. 722–738.
14. Kolb, A.Y., Kolb, D.A., 2008. Experiential Learning Theory: A Dynamic, Holistic Approach to Management Learning, Education and Development. In S.J. Armstrong, C. Fukami (Eds.), *Handbook of Management Learning, Education and Development* (pp. 42–68), London: Sage Publications.
15. Kolb, D.A., 1984. *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
16. Large, A., Beheshti, J., Breuleux, A., Renaud, A., 1996. Effect of Animation in Enhancing Descriptive and Procedural Texts in a Multimedia Learning Environment. *Journal of the American Society for Information Science*, 47(6), p. 437–448.
17. Lee, V.R., 2015. Combining high-speed cameras and stop-motion animation software to support students' modeling of human body movement. *Journal of Science Education and Technology*, 24(2–3), p. 178–191.
18. McKnight, A., Hoban, G., Nielsen, W., 2011. Using Slowmation for Animated Storytelling to Represent non-Aboriginal Preservice Teachers' Awareness of «Relatedness to Country». *Australasian Journal of Educational Technology*, 27(1), p. 41–54.
19. Scherba, N.S., 2019. The model of practice-oriented teaching foreign language learners with cerebral palsy. *Academic notes Series: Pedagogical Sciences*, 1(182), p. 151–155.
20. Schnotz, W., Rasch, T., 2005. Enabling, Facilitating, and Inhibiting Effects of Animations in Multimedia Learning: Why Reduction of Cognitive Load Can Have Negative Results on Learning. *Educational Technology Research and Development*, 53(3), p. 47–58.
21. Sternad, D., 2020. *Effective Management: Developing yourself, others and organizations*, London: Red Globe Press.
22. Tversky, B., Morrison, J.B., 2002. Animation: can it facilitate? *International Journal of Human-Computer Studies*, 57, p. 247–262.