

**ПАНЕЛЬ  
МЕДІАОСВІТА, МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ТА  
МЕДІАКУЛЬТУРА: ПРАКТИКО-ОРІЄНТОВНІ  
СТРАТЕГІЇ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**

*Олена Герасимова,  
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,  
спеціальність ОбІ Журналістика,  
Навчально-науковий інститут журналістики  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,  
м. Київ, Україна*

**ЦИФРОВИЙ НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ: ПОТРЕБИ АУДИТОРІЇ,  
ПРОБЛЕМИ ЙОГО ПІДГОТУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ  
РОЗШИРЕННЯ ВИДАВНИЧОГО БІЗНЕСУ**

Цифрові технології суттєво змінили й далі змінюють видавничий бізнес. Гел Робінсон, виконавчий директор Британської асоціації інтерактивних медіа і гендиректор компанії Librios, зазначає: «Якщо “Інформаційна ера” — назва влучна для нашого часу, то для видавничої галузі мають бути гарні новини. Оскільки інформація — це сутність галузі» [3]. Водночас Гейл Ребак, голова та гендиректор Random House UK, переконаний, що видавнича «індустрія переживає найглибшу революцію з часів Гутенберга» (із презентації на конференції Futurebook, 30 листопада 2010 р.) [3].

Чи не найбільших змін вимушені зазнавати видавництва навчальної літератури. Застосування у видавничій справі цифрових технологій, поєднання друкованого контенту з електронним для видавництва навчальної літератури в Україні було і вимогою часу, і необхідністю становища. Конкурсний характер відбору підручників, які будуть надруковані за кошти державного бюджету, поява у навчальних класах пристроїв для відтворення цифрового контенту, нове покоління дітей і дистанційне навчання в часи пандемії COVID-19 спонукали редакції видавництва навчальних видань взаємодіяти з електронним контентом і впроваджувати його до підручників.

В українських підручниках активно застосовують QR-коди для переходу від друкованої сторінки до цифрового контенту. Окрім функції пов'язування двох інформаційних середовищ, використання QR-кодів, на думку Л. Попової, «сприятиме розширенню інформаційного поля на уроці, забезпечуватиме входження учня за досить короткий термін у медіапростір» [5]. Ідеться про формування інформаційно-цифрової компетентності учнівства ще з початкових класів.

Слушно додати, що цифровий навчальний контент, який нині представлений у шкільних підручниках, формує в учнівства культуру медіаспоживання, усталює практики взаємодії з електронним вмістом під час навчальної діяльності. Саме на контенті, як на «серці й душі видавничої галузі», акцентує Гел Робінсон у своїй статті, стверджуючи, що «одна з цінностей контенту полягає в його якості, тому що це те, що формує споживчу лояльність: до автора, інколи до видавця, а в ідеалі — до бренду» [3]. До цифрового контенту — відео, аудіо, фото, анімацій, документів — варто так

само прищеплювати дітям смак, як і до дитячої літератури, гарних манер, музики тощо. Споживаючи продукт належного рівня якості регулярно, дитина усвідомлює та формує для себе відчуття комфорту, виробляє звичку та стає відстороненішою від низькопробного контенту.

Якість цифрового навчального контенту залежить від розуміння потреб аудиторії. Восени 2020 року ми провели чотири глибокі інтерв'ю з учительками початкових класів щодо організації навчального процесу з використанням цифрових технологій. Підтверджували здобуті гіпотези ми за допомогою онлайн-опитування 177 вчителів — «Онлайн-навчання: складнощі й перспективи». Проаналізовані дані дали змогу дійти висновку, що вчителі відчувають гостру потребу насамперед у якісному цифровому контенті, який можна використовувати для власних сценаріїв уроків. Учителі мусять шукати цей контент для уроків, часом копіювати чи створювати з нуля, упорядковувати й відправляти учням (або презентувати на уроці), не маючи фахових знань у добуванні медійного контенту різного формату.

Відео YouTube для проведення онлайн-уроків використовують 85,5 % опитаних учителів. Для проведення уроків записують власні відеопояснення 60 % учителів. Найбільше часу вчителі витрачають на створення аудіо- та відеопояснень, пошук, добір електронних матеріалів, надсилання їх учням. Використовувати онлайн-ресурси для дистанційного навчання їх спонукає можливість зацікавити учнів, глибше занурити в новий матеріал, пояснити окрему тему.

Інтерв'ювання виявило розбіжності в потребах учителів молодого віку (до 30 років) і середнього віку (40–55 років). У 24-річній вчительки більші вимоги до контенту, який вона обирає для демонстрування в класі: актуальність, достовірність, неординарність, якісна картинка та якісне озвучення, сучасний інтерфейс мультимедійних платформ. Можна висловити припущення, що вчителі від 20 до 30 років ближчі до інтернет-середовища, комп'ютерних пристроїв, тому мають чіткіші критерії відбирання матеріалу. Припущення потребує дослідницького підтвердження.

Питання якості цифрового навчального контенту в підручниках не має нині системного представлення у науковому дискурсі: бракує рамкових критеріїв оцінювання цифрового навчального контенту, що «криється» за QR-кодами в підручниках. Натомість дотичним до цього питання є оцінювання якості ЕОР (електронних освітніх ресурсів), які здобули ширше висвітлення у наукових розвідках в Україні та за кордоном, де дослідники роблять спроби упорядкувати систему вимог до ЕОР [1, 4, 6]. Зробивши огляд десяти підручників і посібників для 1 класу 2023 року випуску видавництва «Генеза», «Освіта», «Оріон», «Ранок», «Світич», які мають електронні додатки у вигляді QR-кодів на цифровий контент із зовнішніх джерел, було виявлено типові помилки у підготуванні цифрового навчального контенту, які можуть негативно вплинути на формування «медійно-інформаційної грамотності» учнів — таким чином видавництва навчальної літератури прищеплюють неправильні уявлення про належну якість електронних ресурсів та нехтують важливими аспектами культури електронного видання.

Серед виявлених проблем цифрового навчального контенту у зазначених підручниках і посібниках найрозповсюдженішою (у семи виданнях із десяти) є використання відео з YouTube без зазначення авторства і джерела (YouTube-каналу компанії/організації/фізичної особи тощо), у деяких підручниках/посібниках — без гіперпосилання на оригінальне джерело, коли відео розміщують у каналах видавництва. Окрім того, відео не мають заголовків (у семи випадках з десяти) і транскрибування (у всіх випадках). Інша поширена помилка в підготуванні цифрових ресурсів лежить у площині доступності сприймання: зображальні та відеоматеріали представлені в якості, недоступній для навчання; натомість інструменти для її виправлення (масштабування, форматування) не надаються. Аналізуючи

презентаційний дизайн цифрового контенту у навчальних виданнях за моделлю LORI (інструмент оцінювання навчальних об'єктів) [2], було виявлено такий контент, вибір кольорів і зображень якого заважає досягненню цілей навчання, а інформаційний дизайн призводить до непотрібного когнітивного опрацювання. Це зауваження стосується більшості онлайн-виховних вправ, створених на платформі Learning Apps.

З-поміж позитивних рис представлення цифрового навчального контенту варто зазначити впровадження піктограм, що інформують учнів, як взаємодіяти з об'єктом, який тип контенту на них чекає за гіперпокликанням. Такий підхід запропоновано в посібниках і підручниках видавництва «Світлич».

Видавництва навчальної літератури використовують електронні додатки до друкованих видань як елемент розвитку бренду. Презентації до підручника, вебсторінки, де розміщують електронні ресурси, містять логотип видавництва або вказують шлях на офіційний сайт. Мультиплатформне виробництво дає змогу видавництву навчальної літератури перейти від продажів друкованих примірників видань до продажів освітніх послуг, від бренду автора до бренду видавництва. Якісний цифровий навчальний контент, об'єктивно оцінений відповідно до системи вимог, що їх варто розробити й затвердити, додає видавцям експертного рівня у побудові позиціонування. Проведення семінарів, роз'яснювальних вебінарів щодо використання цифрового контенту, правильного поєднання цифрових і друкованих продуктів дає видавцям нові важелі впливу у комунікаційному полі — прищеплювати смак до якісного контенту, виховувати високі вимоги до цифрових продуктів, розвивати й підтримувати авторські спроби вчителів у розроблянні цифрового навчального контенту.

#### Список використаної літератури

1. Marciniak R., Cáliz Rivera C. A System of Indicators for the Quality Assessment of Didactic Materials in Online Education. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 22(1), 180–198. URL: <https://doi.org/10.19173/irrodl.v22i1.5069> (last accessed: 14.05.2023).
2. Nesbit J., Belfer K., Leacoc T. Learning Object Review Instrument (LORI) : User Manual. 2009. URL: [https://www.academia.edu/7927907/Learning\\_Object\\_Review\\_Instrument\\_LORI](https://www.academia.edu/7927907/Learning_Object_Review_Instrument_LORI) (last accessed: 14.05.2023).
3. Robinson H. Digital Publishing: Renaissance?. *LOGOS Journal of the World Book Community* 23 (4):7-20. DOI: 10.1163/1878-4712-11112001 (last accessed: 14.05.2023).
4. Литвинова С. Г. Критерії оцінювання локальних електронних освітніх ресурсів. *Інформаційні технології в освіті*. Вип. 15 (2013). С. 185–191. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/itvo\\_2013\\_15\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/itvo_2013_15_22) (дата звернення: 14.05.2023).
5. Попова Л. О. QR-код: проблеми й перспективи застосування в підручниках української мови для 10–11 класів. *Науковий вісник Донбасу*. 2019. № 1 – 2 (39 – 40). URL: [http://nvd.luguniv.edu.ua/archiv/2019/N1-2\(39-40\)/ploddk.pdf](http://nvd.luguniv.edu.ua/archiv/2019/N1-2(39-40)/ploddk.pdf) (дата звернення: 14.05.2023).
6. Шишкіна М. П. Звіт про науково-дослідну роботу «Система психологопедагогічних вимог до засобів інформаційно-комунікаційних технологій навчального призначення» (I етап) / Шишкіна М. П., Жалдак М. І., Коваль Т. І., Співаковський О. В., Запорожченко Ю. Г., Дем'яненко В. М., Лаврентьєва Г. П., Лапінський В. В., Скрипка К. І., Пірко М. В. Київ : Інститут інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України, 2012. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/9018> (дата звернення: 14.05.2023).