

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL

GRAIL OF SCIENCE

№ **34** | December, 2023

with the proceedings of the:

VI Correspondence International
Scientific and Practical Conference

**SCIENCE OF POST-INDUSTRIAL
SOCIETY: GLOBALIZATION AND
TRANSFORMATION PROCESSES**

held on December 8th, 2023 by

NGO European Scientific Platform
(Vinnytsia, Ukraine)

LLC International Centre Corporative
Management (Vienna, Austria)

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

ГРААЛЬ НАУКИ

№ **34** | грудень, 2023

за матеріалами:

VI Міжнародної науково-
практичної конференції

**НАУКА ПРО ПОСТІНДУСТРІАЛЬНЕ
СУСПІЛЬСТВО: ПРОЦЕСИ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ**

що проводилася 08.12.2023

ГО «Європейська наукова
платформа» (Вінниця, Україна)

ТОВ «International Centre Corporative
Management» (Відень, Австрія)

РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У ФОРМУВАННІ ІНФОРМАЦІЙНО-ЦИФРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ	
Березіна І.В.	308

СКЛАДНОЩІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ (НА ПРИКЛАДІ ВИКОРИСТАННЯ YOUTUBE ТА ТІКТОК)	
Науково-дослідна група:	
Братусь І.В., Волкова А.М., Сидорук Т.С., Губіш М.В.	313

СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА РОЗВИВАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ДЛЯ ДІТЕЙ РАНЬОГО І ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ	
Коваленко О.В., Літиченко О.Д.	317

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

DEVELOPING EFFECTIVE COMMUNICATION SKILLS IN TEACHING ENGLISH	
Slyuka M., Madzhara T.	323

EMOTIONAL INTELLIGENCE FOR TEACHERS	
Lapina Yu.	325

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВЕБ-ДОДАТКІВ НА УРОКАХ ГЕОГРАФІЇ У СТАРШІЙ ШКОЛІ ЯК ЗАСОБУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ	
Бринчук Т.В., Суходольська І.Л.	327

СУТНІСТЬ ДЕОНТОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО ВИКЛАДАЧА ВИЩОГО ВІЙСЬКОВОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ	
Кас'ян М.В.	330

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ	
Задорожна О.І., Сулим В.Т.	333

СЕКЦІЯ XXII. ПСИХОЛОГІЯ ТА ПСИХІАТРІЯ

СТАТТІ

THE PSYCHOLOGICAL CONDITION OF UKRAINIANS DURING THE WAR. POST-WAR PERSPECTIVES	
Cheremisin M.V.	336


РОЛЬ НАРЦИСИЗМУ У ФОРМУВАННІ СЕКСУАЛЬНИХ СЦЕНАРІЇ В ЖІНОК	
Павлюк В.В.	341

DOI 10.36074/grail-of-science.08.12.2023.68

СКЛАДНОЩІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ (НА ПРИКЛАДІ ВИКОРИСТАННЯ YOUTUBE ТА ТІКТОК)

СЕКЦІЯ XXI. ПЕДАГОГІКА ТА ОСВІТА


НАУКОВО-ДОСЛІДНА ГРУПА:

Братусь Іван Вікторович 


кандидат філологічних наук, доцент, доцент
Київський університет імені Бориса Грінченка, Україна

Волкова Анна Миколаївна 

старший викладач
Київський університет імені Бориса Грінченка, Україна

Сидорук Тетяна Семенівна 

Київський державний художній ліцей імені Тараса Шевченка, Україна

Губіш Марина Василівна 

Вчитель англійської мови
Київський державний художній ліцей імені Тараса Шевченка, Україна

Анотація. В статті розглянуті актуальні проблеми застосування відеохостингів у сучасній освіті. Особлива увага надається складнощам усвідомлення педагогами специфіки сучасних соціальних мереж. Піднімається питання про педагогіко-психологічні концепції освіти, що суперечать загальним трендовими принципам YouTube та TikTok.

Ключові слова. YouTube, TikTok, освіта, відео, відеохостинг, соціальні мережі.

Для освітян нашої країни виклики XXI століття поєднують чимало проблем, що відповідають як загальноосвітнім тенденціям, так і носять питомі національні ознаки. Раніше серед основного «виклику» фігурувала здебільшого фінансова зубожілість, що переслідувала всі рівні освіти тривалий час. Та відносна економічна стабілізація не вивела галузь з буревію випробувань – коронавірус і війна завдали навчальному процесу нових болісних ударів, що витримані лише завдяки мужності та самовідданості українського народу.

Та реалії XXI століття нікуди не подівалися, вони йдуть паралельно з поточними негараздами. А саме цифровізація навчання й становить на сьогодні найбільшу тенденцію, що посилюється щодня. Наша нація не може

собі дозволити опинитися «по той бік» цифрової прірви, бо саме оволодіння повноцінним мультимедійним комплексом навчання визначає конкурентоспроможність освіти на світовому рівні.

Не можна твердити, що проблеми цифровізації освіти суто технічні – багато складнощів містить новітня парадигма мислення підростаючого покоління, що сформувалося майже виключно в інтернет-середовищі. Ми зіштовхнулися з тим, що вчитель і учень розірвані у світосприйнятті моделлю мислення. При цьому сама зміна структури мислення занадто стійка до змін – вона дуже зрідка змінюється, в основному вона відходить разом з своїми носіями і замінюється новою відповідно до їх бачення оточуючого світу.

YouTube та TikTok вивели сприйняття світу на новий рівень, оскільки змінили якісний та кількісний потік інформації. YouTube підготував своєрідний «ґрунт» для зміни світобачення людей. Цей тип мислення прийнято вважати «кліповим», оскільки саме короткі яскраві відеоролики зайняли перші місця в рейтингах переглядів завдяки простоті подачі інформації та підтримці атмосфери «фану». Неповоротка освіта становила собою здебільшого лише тло для «агресивного» контенту YouTube, що відповідав очікуванням учнів та студентів. Школа та університет в свідомості підростаючого покоління раптом отримали статус «складних і нудних», а все дозволя заповнили (поряд з численними іграми) відеоролики. Битва була програна не почавшись, бо людська психіка здебільшого формується з врахуванням «шляху найменшого супротиву». Освітяни здійснювали спроби надолужити ініціативу та здебільшого їм доводилося «боротися» з відеоблогерами, що витрачали десятки і сотні тисяч доларів на зачіску, одяг, апаратурне та програмне забезпечення та не були зв'язані якими-небудь видимими «моральними зобов'язаннями».

З дитячого садку діти знали «своїх блогерів», що зайняли місце на кшталт відомих артистів і музикантів, плакати яких прикрашали стіни наших ровесників. Та новий прорив був забезпечений TikTok, що ретельно вивчив досвід YouTube та інших успішних проєктів. Філософія TikTok вивела концепцію «кліпового мислення» на якісно новий рівень. «Фан» став не просто атмосферним доповненням контенту, а основною вимогою для кожного відеопродукту. При цьому природа «фану» не мала вирішального значення, оскільки основою подачі матеріалу в TikTok є закритий алгоритм контекстного перегляду – програма «сама» пропонує нескінченну строкату підбірку відео. До основних «параметрів» цих відео належать короткі (5-10-15 секунд) відео з гумористичним сюжетом.

Інновації в подачі інформації TikTok виявилися настільки вдалими, що YouTube та інші мережі також почали активно використовувати цей формат (YouTube Shorts та Instagram (Facebook) Reels). Саме цей стрімкий злет нового формату надав дивовижний імпульс зрощенню освітнього процесу та новітніх технологій – значна частина учнів, студентів та педагогів стали активно просувати «тренди». І ця ідея стала новою сходинкою у розумінні майбутнього – освіта пішла туди, де й знаходиться її «цільова аудиторія».

Цей аспект для нас видається вирішальним. Ми звикли, що «ходять до нас». З дитинства ми звикло «ходити до дитячого садку, школи та інституту». Але

сталася зміна вектору – освітяни повинні прийти туди, де вже знаходиться (ментально) аудиторія. Авторитет школи вже недостатній для оволодіння увагою оточуючих – «вони сидять у смартфонах». Поки ми можемо користуватися періодом інертності мислення значних мас населення – та подібний «період» без кардинальних змін навчання призводить лише до того, що люди сидять у освітніх локаціях «лише тілом». Їх свідомість повністю занурена в калейдоскоп цифрової реальності, а освіта лише виступає «відволікаючим фактором». Звідси зростає взаємне непорозуміння, що часто спричиняє на перший погляд немотивовану агресію.

Але педагоги не випадково становлять собою своєрідний «золотий фонд» нації. Люди, що несуть світло знань, постійно займаються саморозвитком і здатні опанувати нові технології та примусити їх «працювати на добро». Та професіонали освітянської спільноти зустрілися не скільки з технологічними складнощами (YouTube та TikTok легко «опановують» і дворічні діти), скільки з моральним викликом. Для вчителя визначальною життєвою позицією завжди було служіння високим моральним ідеалам, які намагалися «прищепити» молоді. Звісно, що «результат» залежить від багатьох факторів та й педагогічна професія не є чудодійною силою трансформацію особистості у «бездоганну сутність». Та домінанта моральності, вихованості є базовою для нашого суспільства.

Але в YouTube та TikTok часто-густо діє абсолютно «інша мораль». Безумовно, що ці сервіси дотримуються (доволі суворо) принципів «цифрової гігієни» щодо відвертого контенту. Та в питаннях нецензурної лексики, «подвійних» сюжетів та подібних аспектів ці сервіси балансують на межі припустимості. Приховані алгоритми просування контенту часто провокують його творців керуватися принципом «чим простіше – тим краще». Це викликано тим, що трендовими («потрапляють у ріки») інколи (здебільшого) стають відеоролики з абсолютно безглуздими «витребеньками». Так відео «M to the B» @bellapoarch [[1]] набрало станом на листопад 2023 року більше сотні мільйонів переглядів, 2,4 мільйона коментарів, 63 мільйони вподобайок (лайків), 42,4 мільйони поширень і 3,4 мільйони додавань у «Вибране». В цьому відео Denarie Taylor (Bella Poarch) протягом 10 секунд просто ритмічно рухає головою під пісню «M to the B».

Популярність подібного контенту важко пояснити логічно, тому вона здебільшого відноситься до категорії «вірусного поширення». Та сама концепція поверхового сприйняття інформації породжує неочікувані проблеми для педагогів – вони стикаються не стільки з технічними перепонами оволодіння YouTube та TikTok, а тим, що їм абсолютно не зрозумілий посил відео та ті «якорі», на яких побудований відеосервіс. Проблема в тому, що для чіткого розуміння YouTube та TikTok необхідно опанувати «базовим» змістовим «спадком» попередніх «вірусних відео», оскільки саме в них криється ключ до розуміння «фану» контенту. Без подібного контексту неможливо повноцінно використовувати YouTube та TikTok для досягнення цільової аудиторії. Більше того, типові фрази можуть містити в собі зворотню реакцію, оскільки вони вже були задіяні в іронічному значенні (часто з елементами блюзнірства та розпусти). Відповідно необхідно знати хоча б деякі «меми», що стали основою субкультури користувачів YouTube та TikTok.

Саме «меми» становлять собою відповідну смислову зв'язку, що вибудовує тонкі «налаштування» свідомості підростаючого покоління. Відповідно, педагогічні працівники потрапляють в халепу, коли, наприклад, можуть використати щось на кшталт фрази «Дивись, як гарно!». В TikTok ця фраза нерозривно пов'язана з «неочікуваним» компонентом: «Стрибай!», що вибудовує в багатьох відео оксюморон «з суїцидальним ухилом». Ця іронія часто гнітюче впливає на педагогів – вони тільки бачать результати недоречних, на думку молоді, висловлювань, але не здатні побачити причину кепкування.

Бачимо, що освітян чекає значна кількість проблем до інтеграції сучасних відеохостингів у навчальний процес. Але ми не повинні віддавати цю сферу виключно неформальним структурам – освіта здатна сказати і тут своє вагоме слово! Сьогодні в YouTube та TikTok існують вдалі приклади співпраці педагогів та учнів, що значно розширюють можливості нашої системи освіти. Сподіваємося, що ми не втратимо позитивний імпульс співпраці з молоддю у цій сфері – саме вони і є кінцевими споживачами цифрового контенту. Безумовно, що необхідно докладати певних зусиль для досягнення мети.

Список використаних джерел:

[1] <https://www.tiktok.com/@bellapoarch/video/6862153058223197445>