

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КАФЕДРА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ**

«На правах рукопису»
УДК _____

До захисту допущено:
Завідувач кафедри
_____ Ольга ТРІЩУК
«__» _____ 2022 р.

**Магістерська дисертація
на здобуття ступеня магістра
за освітньо-професійною програмою
«Видавнича справа та редагування»
зі спеціальності 061 «Журналістика»
на тему: «Пізнавальна книга для молодших школярів у системі
соціальних комунікацій»**

Виконала:
студентка 2 курсу, групи СР-11мп
ШТЕФАН Анна Володимирівна _____

Науковий керівник:
доктор наук із соціальних комунікацій, професор
ТРІЩУК Ольга Володимирівна _____

Консультант з мови:
кандидат філологічних наук, доцент
ПОБІДАШ Ірина Леонідівна _____

Консультант з бібліографії:
старший викладач
ГОЛОВКО Ольга Анатоліївна _____

Рецензент:
начальник відділу навчальної літератури
державної установи УІРО
СЛЮСАРЕНКО Ніна Ігорівна _____

Засвідчую, що у цій магістерській дисертації
немає запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань.
Студентка _____

**Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Навчально-науковий видавничо-поліграфічний інститут
Кафедра видавничої справи та редагування**

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Спеціальність: 061 «Журналістика»

Освітньо-професійна програма: «Видавнича справа та редагування»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Ольга ТРИЩУК

«31» жовтня 2022 р.

**ЗАВДАННЯ
на магістерську дисертацію студентці**

Штефан Анни Володимирівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема дисертації «Пізнавальна книга для молодших школярів
у системі соціальних комунікацій»,
науковий керівник дисертації Тріщук Ольга Володимирівна,
докт. наук із соц. комунікацій, професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від « __ » _____ 2022 р. № _____

2. Термін подання студентом дисертації 12 грудня 2022 р.

3. Об'єкт дослідження

4. Вихідні дані

5. Перелік завдань, які потрібно розробити

6. Орієнтовний перелік графічного (ілюстративного) матеріалу

7. Орієнтовний перелік публікацій

8. Консультанти розділів дисертації*

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
з мови	Побідаш І. Л., доцент		
з бібліографії	Головко О. А., ст. викладач		

9. Дата видачі завдання 31 жовтня 2022 р.

Календарний план

№ п/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Термін виконання етапів магістерської дисертації	Примітка
1.	План роботи. Література, питання. Написання вступної частини магістерської дисертації	03.11.2022	Дистанційно онлайн
2.	Написання першого розділу магістерської дисертації	17.11.2022	Дистанційно онлайн
3.	Написання другого розділу магістерської дисертації	01.12.2022	Дистанційно онлайн
4.	Завершення магістерської дисертації. Написання реферату магістерської дисертації	08.12.2022	Дистанційно онлайн
5.	Здача магістерської дисертації (завершеної) на кафедрі. Попередній захист магістерської дисертації на засіданні кафедри	12.12.2022	Дистанційно онлайн

Студентка

Анна ШТЕФАН

Науковий керівник дисертації

Ольга ТРИЩУК

* Консультантом не може бути зазначено наукового керівника магістерської дисертації.

РЕФЕРАТ

до магістерської дисертації Штефан Анни Володимирівни на тему «Пізнавальна книга для молодших школярів у системі соціальних комунікацій». Кафедра видавничої справи та редагування Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, 2022.

Важливим є широке соціальнокомунікаційне осмислення пізнавальної книги, вивчення її багатофункціональності та місця в інтегрованому підході. Це сприятиме створенню якісних українських пізнавальних видань, які максимально враховуватимуть потреби та психологічні особливості цільової аудиторії, що й визначає **актуальність** нашої роботи.

Мета магістерської дисертації — теоретично обґрунтувати пізнавальну книгу як соціальнокомунікаційний акт і розкрити її інтегроване використання.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше запропоновано цілісний методичний підхід до інтегрованого використання пізнавальної книги; вперше проаналізовано пізнавальні книги для молодших школярів за освітніми галузями тощо.

Практичне значення результатів у тому, що їх можна використовувати в навчальному процесі підготовки майбутніх редакторів. Інформація може бути використана науковцями для досліджень пізнавальної книги, а видавництвами задля розширення пропозиції та, відповідно, збільшення попиту на пізнавальну книгу для дітей.

Загальний обсяг роботи — 135 сторінок; вона містить 100 бібліографічних найменувань і 18 додатків.

Ключові слова: дитяча література; популяризація; пізнавальна книга; подкаст; редагування; редактор; соціальнокомунікаційний акт.

ABSTRACT

to the master's dissertation on the topic “Junior schoolchildren's non-fiction book in the social communications”. Department of Publishing and Editing of the National Technical University of Ukraine “Ihor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”, Kyiv, 2022.

It is important to have a broad socio-communicative understanding of the non-fiction book, to study its multifunctionality and its place in an integrated approach. This will contribute to the creation of high-quality Ukrainian non-fiction books that will take into account the needs and psychological characteristics of the target audience as much as possible, which determines **the relevance** of our work.

The purpose of the master's dissertation is to theoretically substantiate the non-fiction book as a social communication act and to reveal its integrated use.

The scientific novelty of the study lies in the fact that for the first time a holistic methodical approach to the integrated use of a non-fiction book is proposed; for the first time, non-fiction books for junior schoolchildren were analyzed by educational branches, etc.

The practical significance of the results is that they can be used in the educational process of training future editors. The information can be used by scientists for non-fiction book research, and by publishers to expand the supply and, accordingly, increase the demand for non-fiction books for children.

The total volume of work is 135 pages; it contains 100 bibliographic titles and 18 appendices.

Key words: children's literature; popularization; non-fiction book; podcast; editing; editor; social communication act.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІЗНАВАЛЬНОЇ КНИГИ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1. Пізнавальна книга як об’єкт наукової дискусії	12
1.2. Багатофункціональність пізнавальної книги	25
1.3. Інтегроване використання пізнавальної книги	34
РОЗДІЛ 2 ПІЗНАВАЛЬНА КНИГА ЯК СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИЙ АКТ	47
2.1. Комуникант у пізнавальній книзі	47
2.2. Посередник у пізнавальній книзі	56
2.3. Комуникат у пізнавальній книзі	65
2.4. Матеріальний носій комунікації	71
РОЗДІЛ 3 СТВОРЕННЯ ПОДКАСТУ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ДИТЯЧОЇ КНИГИ	81
3.1. Подкаст як формат комунікації	81
3.2. Розроблення концепції подкасту	86
3.3. Етапи виробництва випусків	92
3.4. Робота з платформами розміщення	100
ВИСНОВКИ	111
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	115
ДОДАТКИ	126

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Першочерговим завданням новітньої освітньої системи України є виховання всебічно розвиненого індивіда, здатного до самоосвіти, невинного самовдосконалення та самоактуалізації. Базисом розумового розвитку учня, його здатності до ініціативного засвоєння суспільних цінностей та їхнього відтворення є пізнавальний інтерес. У його активізації вагома роль належить читанню, що формує сучасну особистість, здатну до критичного мислення та глибокого аналізу дійсності.

У цьому контексті для учнів молодшого шкільного віку, котрі вже готові сприймати факти, але потребують специфічного тону викладу, актуальності набуває пізнавальна книга. Питання пізнавальної книги загалом й інтегрованого використання такої літератури зокрема не знаходить належного розкриття у сучасних наукових розвідках. Досі не сформовано точного визначення пізнавальної книги, а науковці підмінюють її поняттями «нон-фікшн», «науково-популярна література» «науково-художня література», «наукова фантастика», «нефікційна література», «література факту». Бракує й розвідок, які осмислювали б пізнавальну книгу як соціальнокомунікаційний акт із категоріями комунікант (автор), посередник (редактор), комунікат (читач-дитина). Хоча комунікативна ефективність книги можлива лише за врахування особливостей кожного комунікатора.

Тому важливим є широке соціальнокомунікаційне осмислення пізнавальної книги, вивчення її багатофункціональності та місця в інтегрованому підході. Розроблення цієї теми сприятиме створенню якісних українських пізнавальних видань, які максимально враховуватимуть потреби та психологічні особливості цільової аудиторії.

Об'єкт дослідження — пізнавальна книга для учнів молодшого шкільного віку.

Предметом є сутність, багатофункціональність і комунікативна природа пізнавальної книги.

Мета магістерської дисертації — теоретично обґрунтувати пізнавальну книгу як соціальнокомунікаційний акт і розкрити її інтегроване використання.

Об'єкт, предмет і мета дослідження зумовили необхідність розв'язання таких основних **завдань**:

- розкрити сутність пізнавальної книги в контексті термінологічної дискусії;
- описати багатофункціональність пізнавальної книги;
- змодельовати інтегроване використання пізнавальної книги;
- описати зв'язок комунікаторів у пізнавальній книзі як соціальнокомунікаційному акті;
- розробити проєкт для популяризації пізнавальних видань.

Задля розв'язання завдань наукового дослідження було застосовано комплекс **методів дослідження**: *системного аналізу* наукової літератури для теоретичного узагальнення стану проблеми та визначення теоретико-методологічних основ її вирішення; *узагальнення висновків*, які отримали інші дослідники під час аналізу пізнавальної літератури для дітей; *синтезу* емпіричного матеріалу; *індуктивний*, що дав змогу описати загальну ситуацію з пізнавальною літературою в контексті українського та світового досвіду; *порівняльного аналізу*, який полягає в зіставленні аналізованих видань; *контент-аналізу* змісту навчальних програм і стандартів для початкової освіти задля виокремлення освітніх галузей, які формують ключові компетентності молодшого школяра; *редакторського аналізу* для оцінювання пропозицій українського та зарубіжного ринків пізнавальної літератури та вироблення критичних рекомендації щодо підготовки таких видань; *класифікації* та *систематизації* теоретичних й емпіричних даних задля досягнення внутрішньої структурно-логічної впорядкованості викладення результатів дослідження.

Матеріалом для дослідження стали українські та закордонні дитячі пізнавальні книги, видані протягом 2017–2022 рр.

Методологічну основу дослідження складають концептуальні засади теорії видавничої справи та редагування; положення сучасної філософії освіти, психологічної і педагогічної наук про розвиток молодшого школяра; засади державних документів про розвиток освіти України. **Теоретичне підґрунтя** дослідження становлять державні стандарти України, а саме ДСТУ 3017: 2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять» та СОУ 18.1-02477019-11:2014 «Видання для дітей. Загальні технічні вимоги», монографії, наукові розвідки з редакторської справи. Зважаючи на те, що тема дослідження стосується кількох галузей наук, ми опрацьовували праці вчених із редакторської справи, мовознавства, педагогіки, психології, соціальної комунікації, маркетингу, управління персоналом. Зокрема, проаналізували фахову літературу (М. Сенченко, Р. Іванченко, М. Тимошик); дослідження щодо пізнавальної книги (Е. Огар, М. Варикаша, С. Фіялка, Дж. Гріллі, Дж. Александр, Р. Джармен); наукові розвідки вітчизняних і закордонних учених-дослідників психології дітей молодшого шкільного віку (О. Стахова, І. Куліш, М. Мартінс, С. Белміро); наукові праці дослідників освітнього процесу молодших школярів (Д. Близнюк, О. Гузь, С. Гарві); дослідження з розвитку дітей з особливими освітніми потребами засобом пізнавальної книги (Ю. Корольчук-Лях, Е. Пеннелл, Б. Воллак, Д. Копенгавер); розвідку з менеджменту (Г. Євтушенко); праці з маркетингу (А. Задорожна, О. Лещук, О. Шляхта).

Наукова новизна результатів полягає в тому, що: *вперше* запропоновано цілісний методичний підхід до інтегрованого використання пізнавальної книги; *вперше* проаналізовано пізнавальні книги для молодших школярів за освітніми галузями, визначеними Державним стандартом початкової освіти; *вдосконалено* поняття «пізнавальна книга»; *актуалізовано* використання пізнавальної книги для підвищення професійного рівня вчителя та для корекційної роботи з учнями з особливими освітніми потребами;

теоретично обґрунтовано зв'язок між автором, редактором і читачем-дитиною як учасниками соціальнокомунікаційного акту; уточнено поділ молодших школярів за типом сприйняття й оброблення інформації; доповнено перелік; поглиблено розуміння комунікаційних ролей автора пізнавальної книги; виокремлено професійні ролі редактора пізнавальної літератури; дістали подальшого розвитку положення щодо формування та поліпшення професійної культури редактора пізнавальної книги.

Практичне значення результатів полягає в тому, що їх можна використовувати в навчальному процесі підготовки майбутніх редакторів. Інформація може бути використана науковцями для досліджень пізнавальної книги, а видавництвами задля розширення пропозиції та, відповідно, збільшення попиту на пізнавальну книгу для дітей. Результати демонструють доцільність пізнавальної книги в навчальному процесі учнів молодшого шкільного віку та можуть бути використані під час викладання дисципліни «Вікова та педагогічна психологія», проведення спецкурсів і семінарів для редакторів, спрямованих на підвищення їх знань щодо вікових особливостей сприйняття інформації учнями 6–11 років. Матеріали дослідження рекомендовано використовувати під час професійної підготовки студентів закладів вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика». Практичні напрацювання можуть бути використані для розроблення проєктів промоції дитячої книги.

Апробація результатів дослідження. Основні положення, викладені в пояснювальній записці, обговорено на XX Міжнародній науково–практичній онлайн конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених “Science and technology of the XXI century” (Київ, 28 листопада 2019 р.); 19-й Міжнародній науково-технічній конференції студентів і аспірантів «Друкарство молоде» (Київ, 2019 р.); XXII Міжнародній науково–практичній онлайн конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених “Science and technology of the XXI century” (Київ, 10 листопада 2021 р.); Всеукраїнській студентській науковій онлайн-конференції «Актуальні проблеми журналістики» (Полтава,

29 квітня 2021 р.); VIII Міжнародній науково-практичній конференції «Наукова школа Романа Іванченка» (30 жовтня 2020 р.); IX Міжнародній науково-практичній конференції «Наукова школа Романа Іванченка» (29 жовтня 2021 р.); X Міжнародній науково-практичній конференції «Наукова школа Романа Іванченка» (25 жовтня 2022 р.).

Публікації. Результати дослідження викладено в спільній із науковим керівником О. Тріщук статті «Способи лаконізації викладу в дитячій пізнавальній книзі», поданій до збірника наукових праць НН ВПІ КПП ім. Ігоря Сікорського «Технологія і техніка друкарства», № 1(75), 2022 р., який включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б») за галуззю знань (технічні, спеціальність — 186), Наказ МОН України № 1188 від 24.09.2020 р.; спільній зі С. Фіялкою статті «Професійні ролі сучасного редактора пізнавальної літератури для дітей молодшого шкільного віку» у збірнику «Технологія і техніка друкарства», № 4 (70), 2020 р.

Особистий внесок. Магістерська дисертація виконана одноосібно. Переклад англomовних прикладів й ілюстрованих цитат зроблено автором одноосібно.

Структура магістерської дисертації зумовлена метою та завданнями дослідження, логікою подання матеріалів і висновків. Робота складається зі вступу; трьох розділів; висновків до розділів; загальних висновків; списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг магістерської дисертації 135 сторінок: основний текст — 99 сторінок, список використаної літератури — 100 найменувань (на 11 сторінках) і 18 додатків (на 10 сторінках).

Скрізь по тексту далі виділення курсивним накресленням зроблено нами, якщо окремо не вказано інакше.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІЗНАВАЛЬНОЇ КНИГИ

1.1. Пізнавальна книга як об'єкт наукової дискусії

Книги відіграють важливу роль у формуванні інтелекту та духовності дитини. З перших років життя вона саме через книгу опановує світ, засвоює фундаментальні поняття добра і зла, формує свідомість. Однак у дошкільному та шкільному віці «замість книг і казок дитина занурюється в інформаційний простір комп'ютерних ігор» [1, с. 118], а це шкодить її соціальному та культурному зростанню. Гра як діяльність не потребує усвідомленого морально-ціннісного ставлення до героїв; вони потребують ідентифікації з одним із персонажів гри, що не означає самоідентифікації [1].

Хоча гра й розвиває інтелектуальні здібності дитини, зокрема її оперативну пам'ять, оперативність перемикання уваги, гостроту мисленнєвих реакцій тощо, але участь у грі не передбачає і не потребує співчуття або співпереживання щодо персонажів чи учасників гри [1]. На проблему нечитання усе ж слід поглянути ширше: в Україні нині криза читання; знижений моральний, духовний й освітній рівень нації [2].

Задля подолання економічних (збіднення населення, непомірна вартість видавничої продукції) та соціокультурних (погіршення стану книговидавництва та книгорозповсюдження, низька інформаційна культура юних читачів) проблем Міністерство культури та інформаційної політики України з Українським інститутом книги ініціювали [3], де серед головних проблем розвитку читання як життєвої практики названо такі:

- «брак мотивації до читання через неусвідомлення його інструментального значення;

- відсутність достатньої пропозиції на українському ринку та брак якісної сучасної літератури українською мовою в публічних бібліотеках відповідно до інформаційних потреб, естетичного та інтелектуального рівня населення, а також рівня купівельної спроможності кожного громадянина;
- недорозвиненість або відсутність інфраструктури для придбання книжкової продукції та отримання інформації про нові книжки тощо» [3, с. 4].

У Стратегії наголошено: «саме сприйняття читання в дитинстві має вирішальний вплив на частоту читання у дорослому віці» [3, с. 3], а «актуалізація теми читання у школах є критично важливою темою для української освіти [3, с. 3]. У змісті початкової освіти чільне місце посідає читання, що формує культуру особистості через слово та має потужний виховний і розвивальний потенціал. Працюючи з книгою, школярі збагачують свій словник, створюють зв'язки зі світом, визначають своє місце в соціумі тощо. Учень молодшого шкільного віку починає активно формувати образне та поняттєве мислення, а його пам'ять «набуває виразного пізнавального характеру, який звернений на зміст навчальної діяльності» [4, с. 125].

З урахуванням цих вікових особливостей дитини й створили концепцію «Нова українська школа» — середовище, де «діти отримують задоволення від процесу пізнання, можуть використовувати вивчений матеріал у конкретних умовах і ситуаціях» [5, с. 41]. Зауважимо, що Нова українська школа формує в учнів позитивну мотивацію до навчання, прагнення розвивати культурну компетентність, вільно володіти державною мовою та впевнено поводитися в різних комунікативних ситуаціях. Із цим вагомим завданням допомагає література, що є невіддільною частиною освіти, бо «добре розвинені навички читання та вміння працювати з книгою, текстом твору в початковій школі створює міцну основу для того, щоб учень виконував творчі завдання, здатні розширювати світогляд, уяву, мовлення, активний словниковий запас» [6, с. 655].

Для молодших школярів набуває актуальності книга, що доступно пояснила б основні закономірності світобудови, розширила б базу знань і систему ціннісних орієнтирів, поживила б допитливість, дала б поштовх уяві, почуттям, роздумам. Однак вона ще має зацікавити вибагливого читача, котрий звик негайно отримувати відповіді на свої запитання.

Відповідно, така книга має викликати емоції; бути образною та яскравою з використанням відповідної літературним нормам мови; давати відповіді на актуальні запитання та стимулювати до роздумів; надавати естетичне задоволення; активізувати пам'ять, уяву, мислення, пізнавальний інтерес, а головне — роботу душі.

«Нон-фікшн», «науково-популярна література» «науково-художня література», «наукова фантастика», «нефікційна література», «література факту», «пізнавальна книга» — так науковці, видавці, автори, редактори, книгорозповсюджувачі та читачі називають означену книгу з огляду на її багатофункціональність, різноманіття та відкритість до суміжних жанрів. Це й зумовлює некоректне усвідомлення головних ознак цього сегмента видавничої продукції. Проаналізуємо погляди науковців на вказані терміни.

Нон-фікшн. Насамперед розглянемо опозицію понять «художня література» (англ. — fiction) і «нехудожня література» (англ. — non-fiction). Призначення художньої книги — морально виховувати читача за допомогою художньо-естетичного інструментарію, а нехудожньої — навчати через комплекс інформації. Однак М. Сенченко наполягає на необхідності проаналізувати читання глибше: «Поглянувши на проблематику під іншим кутом, розуміємо, що нехудожні книги транслують знання, натомість засоби художньої літератури дають змогу висловити те, що по суті, неможливо передати в повідомленні — конкретний досвід» [7, с. 3]. Науковець підкреслює, що художня література апелює насамперед до уяви, емоцій, підсвідомості, а нехудожня — до інтелекту, логіки, свідомості.

Зазначаючи, що з художньою книгою іноді помилково асоціюють увесь масив дитячої художньої літератури, Е. Огар межу проводить так: «Якщо

художня книга більше орієнтована на духовне, емоційне, естетичне виховання дитини, то нехудожня — на формування інформаційної культури учня (навчальний її сегмент) та вироблення в юного читача природної потреби в пізнанні реальної дійсності (пізнавальний її сегмент)» [8, с. 41]. Можемо зробити проміжний висновок, що термін «нон-фікшн» стосується переважно літератури, що позбавлена художньої вигадки й апелює до інтелекту та пізнавальної потреби читача. Однак, на нашу думку, означений поділ є доволі штучним, оскільки за трансформації видавничого ринку (поява нових технологій; зміна читацьких інтересів і смаків) художня та нехудожня література активно взаємодіють, розширюючи тематичну та жанрову палітру.

Дослідниця М. Варикаша теж вказує на зв'язок художнього та нехудожнього: «Література non-fiction — це різновид літератури, яка перебуває на межі художності і документальності» [9, с. 37]. Розширюючи ж нон-фікшн до літературного напрямку та стилю, О. Колінько називає його «особливим феноменом сучасної белетристики, який поєднує особливості травелогу, психологічної і філософської прози» [10, с. 76]. Вона переконана, що цей жанр цікавий як для дітей, так і для дорослих, оскільки поєднання наукового складника з художнім мотивує кожного дізнаватися нове.

Науковці зі США М. Вон, В. Сотіровська, Дж. Дарраг і М. Елхесс, розглядаючи нон-фікшн у контексті ухвалення дітьми самостійних рішень і розуміння відповідальності за цей вибір визначають його як літературу, що «пропонує читачам деталізований спосіб буття у світі та взаємодії з іншими» [11, с. 48]. Тож, беручи до уваги неоціненне значення літератури в житті дитини, видавці й автори мають створювати більше книг, фокусуючись саме на дитині, її можливостях, прагненнях, рішучості тощо. Такий погляд утворює дитину як суб'єкта, здатного самостверджуватися та самоактуалізуватися, й особистість, котра прагне реалізувати себе у сфері суспільних відносин.

Дж. Александр і Р. Джармен — дослідники з Великої Британії — визначають нон-фікшн як «джерело неабиякого задоволення» [12, с. 7],

поділяючи його на зовнішнє, внутрішнє, а також як зовнішнє, так і внутрішнє (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Види задоволення від читання нон-фікшну*

Види задоволення	Реалізація
Зовнішнє	Нагороди від конкурсу читання (наліпки, сертифікат)
Внутрішнє	Насолода від книги як такої; набуття нових знань і сенсів; захоплення, подив, цікавість
Зовнішнє та внутрішнє	Обговорення книги, соціальне читання; активності на базі книги

* Примітка. Допрацьовано за [12, с. 7–8].

Якісна нехудожня книга завдяки майстерності автора-популяризатора викликає в читача захоплення від нових знань, радість відкриття несподіваних фактів, задоволення від виконання запропонованих тематичних завдань, мотивацію досягати більшого тощо.

Вважаючи, що нехудожня література зазнає постійних трансформацій, італійська вчена Дж. Гріллі зазначає, що нон-фікшн нині «показує наукові факти про наш світ поетично, артистично, непередбачувано й оригінально» [13, с. 87]. Вона наголошує на впливі цієї літератури як на праву (де латералізовані граматики та словотворення), так і на ліву (з якою пов'язані інтонація й акцент) півкулі головного мозку [13].

Зауважимо, що в закордонних розвідках є термін «креативний нон-фікшн» на позначення підвиду нехудожньої літератури. За дослідниками зі США Р. Фоксом й А. Леннін, це «гібридний жанр, який поєднує документальні елементи (літературні техніки), авторський погляд і фактичну інформацію» [14, с. 2].

Вони пропонують поділяти креативний нон-фікшн на «низький» і «високий» за системою критеріїв (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Критерії низького та високого нон-фікшну*

Низький креативний нон-фікшн	Високий креативний нон-фікшн
Більшість інформації письменник бере ззовні	Більшість інформації — із внутрішнього досвіду письменника
Статичне мислення; остаточне рішення — за автором	Рух розуму; письменник розгортає та змінює свою думку, стає частиною історії
Закритий фінал: тільки одна можлива інтерпретація	Відкритий фінал: дві чи більше можливих інтерпретацій
Хронологічний виклад історії	Розгортання сюжету не за часом, а за внутрішнім зв'язком
Оповідь (звіт, підсумок, узагальнення)	Показ (діалог, метафора, деталі та деталі про деталі)
Прямі переходи (потім, однак, отже, по- друге, по-третє, зрештою тощо)	Трансформації (повторення головного образу, слова, фрази, іноді іронічно)

* Примітка. Допрацьовано за [14, с. 17].

На нашу думку, чітке визначення критеріїв сприяє вноормуванню цього гібридного підвиду в термінологічному дискурсі. Однак наведені вимоги не підлягають взаємовитісненню: наприклад, письменник може вдало поєднувати хронологічний і непослідовний виклади, оповідь і показ, зовнішню та внутрішню інформацію тощо.

Науковці активно шукають англіцизму «нон-фікшн» вдалий український відповідник. Н. Колошук, досліджуючи термінологічну та методологічну невизначеність українських літературознавчих досліджень, знайшла в польському літературознавстві термін «література факту» як аналог світовому нон-фікшну, який називає і «нефікційною літературою» [15]. Водночас Е. Огар вказує: «Якщо вважати за нон-фікшн усе, що не підпадає під визначення художня, тоді до неї слід відносити видання науково-популярного та навчального функціонального характеру» [8, с. 43], тому пропонує

співвідносити нон-фікшн «передовсім з нехудожньою книгою науково-популярного характеру» [8, с. 43].

Термін «нон-фікшн» популярний у видавничому дискурсі: ним послуговуються вітчизняні та закордонні дослідники в царині теорії видавничої справи, книгознавства, соціальних комунікацій; видавці, автори, книгорозповсюджувачі, а також читачі. Але це поняття є англіцизмом, і до того ж із заперечувальною будовою, тому науковці зазвичай подають доволі розмиті трактування, намагаючись «прилаштувати» іноземну концепцію до українських реалій.

Науково-популярна література. О. Іванченко, котра пропонує розглядати тематичне розмаїття книги у зв'язку із суспільно-політичним ладом країни, щоб простежити розвиток тем у різних часових проміжках, віддає перевагу саме цьому терміну — науково-популярна література. Вона акцентує, що така література «спрямована передусім на розвиток інтелектуальної сфери дитини, накопичення нею певних знань. Її цільове призначення полягає в тому, щоб зрозумілою для дітей різного віку мовою розповісти про системність навколишнього світу, його побудову, про причинно-наслідкові зв'язки між окремими явищами і предметами, а також розкрити сутність наукових понять; допомогти дітям оволодіти їх науковим змістом, навчити оперувати ними в навчально-пізнавальній діяльності» [16, с. 59]. О. Іванченко підкреслює, що тематика науково-популярних видань зазвичай означена соціально-політичними чи економічними реаліями країни, що й визначають читацькі потреби й інтереси.

У ДСТУ 3017:2015 «Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять» науково-популярне видання — це «видання, що містить відомості про дослідження в галузі науки, техніки, виробництва, освіти, мистецтва тощо, які популяризують наукові знання, викладені в зрозумілій читачам-нефахівцям формі» [17, с. 10].

Наведемо також тлумачення науковиці Н. Богданець-Білооскаленко: «це оповіді з інформацією пізнавального плану без залучення художньо-

виражальних засобів» [18, с. 258] й О. Довгань: «безсюжетні пізнавальні твори, основним завданням яких є розкриття певної системи знань, прищеплення бажання і навички користуватися доступною довідковою книгою» [19, с. 211]. На нашу думку, ці дефініції хибують на наукову непевність, бо як художньо-виражальні засоби, так і сюжет доречні в цікавій і привабливій для дитини-читача книги пізнавальної спрямованості.

Отже, дослідники вивчають тематичну палітру, вплив на читачів, значення аналізованих видань. Однак це поняття зазвичай трактують доволі розлого, не акцентуючи на особливостях або додаткових характеристиках.

Науково-художня література. В українському науковому просторі на позначення літератури з яскравим пізнавальним складником часто використовують термін «науково-художня література». О. Вашуленко, описуючи особливості роботи молодших школярів із науково-художніми текстами, вважає означену літературу «особливим видом літератури, який вимагає від учителя додаткової уваги, специфічних прийомів і способів роботи на уроці, урахування рівня розвитку читацьких умінь школярів» [20, с. 25].

Особливим цей вид літератури робить поєднання наукового та художнього складників. Показовими в цьому контексті є визначення О. Довгань: «Це різновид дитячої пізнавальної літератури, в якому пізнавальна інформація подається читачеві за допомогою сюжету і художнього образу. Основне завдання таких творів полягає в розвитку пізнавального інтересу, вихованні розумової активності в тому, щоб привернути увагу до навколишнього світу, викликати запитання» [19, с. 211].

Для вдалої науково-художньої книги необхідний сюжет, який розкриває характер дійових осіб і привертає увагу читача. Цю думку поділяє Н. Богданець-Білоskalенко: «Література другого типу (науково-художня) володіє не тільки інтелектуально-пізнавальною, а й естетичною цінністю. Такі твори містять художньо-виражальні засоби (епітети, метафори, порівняння), що, безперечно, робить оповідь захоплюючою, цікавою та ще й виконує важливе завдання — виховання естетичної складової у духовному зростанні

особистості» [18, с. 259]. Акцент у таких виданнях автори зазвичай роблять на емоційності, образності, художності.

Підсумовуючи, науково-художня література — це поєднання пізнавальної інформації з сюжетом, художніми образами, художньо-виражальними засобами, де через призму естетичності та виразності розкрито реальні факти та їх зв'язки. Але саме винесення художнього складника в термін зміщує акцент із пізнавальності. Про це говорить і Н. Богданець-Білокаленко: «При вивченні науково-художніх творів акцент робиться на емоційно-образному сприйнятті матеріалу. При цьому сюжет науково-художнього твору спрямовує увагу читача більше на події, змальовані у творі, а не на його пізнавальну складову» [18, с. 259], а отже, таке визначення все ж спрямоване на естетичний складник, а не на мисленнєвий.

Наукова фантастика. М. Компанович, вивчаючи проблематику української наукової фантастики для дітей 50–80-х рр. XX ст., зауважує: «[Наукова] фантастика як жанр дитячої пізнавальної книги, є унікальним за інтерпретацією фактичного матеріалу через своєрідність авторського бачення. Домислений, фантастичний компонент історично сягає корінням традицій фольклору та казковості, що дуже тонко відчують діти, основним продуктивним заняттям яких є гра, що переходить в уявну реальність, через котру мислять діти» [21, с. 42]. За її словами, автор-популяризатор науково-фантастичних видань має вдало балансувати між об'єктивністю наукових знань і суб'єктивністю свого бачення, адже «наповнення та мета визначаються пізнавальною функцією дитячої наукової фантастики, тому фантастична компонента, що вміщує наукову інформацію, мусить бути незаплутаною і лаконічною, корелювати з інтелектуальним рівнем, мислиннєвими функціями та уявою дитини-читача» [21, с. 42]. Цікавим є погляд китайських науковців Н. Лібераті та В. Яна на наукову фантастику як спосіб спроектувати майбутнє, показати можливості людства та відповісти на запитання «Які можливості можемо мати?», «Що створили та побудували в нашому світі, і як можемо поєднати це, щоб згенерувати щось нове?» [22]. У їхньому дослідженні

наукову фантастику визначено як «прототип, сценарій, дизайн-мислення, знання та джерело ідей для вивчення нашого світу» [22, с. 114].

Тож, осмислюючи наукову фантастику, науковці зазвичай наголошують на її зв'язку з домислом, вигадкою, притаманними фольклору та казкам; у такій літературі акцент усе ж на фантастичному, а не пізнавальному компоненті.

Пізнавальна книга. Проаналізувавши вказані вище терміни на позначення книги, яка доступно пояснює закономірності світобудови, розширює базу знань і систему ціннісних орієнтирів, активізує допитливість, уяву, почуття, роздуми, ми виявили в них недоліки. Головним поміж них є брак акцентування на розвитку пізнавального інтересу як джерела пізнавальної активності дитини засобом цієї літератури. Ми поділяємо думку Е. Огар: «На відміну від „дорослої” дитячій науково-популярній літературі притаманна виразна пізнавальна спрямованість. І це дає нам підстави [...] називати окреслений різновид дитячої й — одночасно — науково-популярної книги терміном „пізнавальна книга”» [8, с. 43]. Означення «пізнавальна» акцентує на когнітивній семантиці та точніше показує соціально-функціональну роль цього видавничого явища.

Аналізуючи вплив пізнавальної літератури на дитину, С. Кондратюк визначає її як твори нехудожнього характеру, головне завдання яких — «достовірно розкрити перед дитиною якусь частинку життя, наукового пізнання, але зробити це так, щоб юний читач не просто зрозумів написане, а й не нудьгував читаючи. Не менш важливо для таких книжок показати системність Всесвіту, природних явищ, принципи співіснування людей і природи, тобто вивести дитину за межі буденності, але не у світ ефемерної фантазії, а в не менш цікаву реальність, що сповнена незвичними й водночас справжніми історіями» [23, с. 249]. Дослідниця зауважує вагомий вплив на формування інформаційної культури юного читача засобом аналізованої літератури. Важливо розрізняти й пізнавальну та навчальну літературу,

оскільки «не зважаючи на схожість використання, пізнавальну літературу від навчальної відрізняє добровільний характер її прочитання» [23, с. 250].

Пізнавальна книга формує потребу саме в самоосвіті, мотивує шукати відповіді на найнесподіваніші запитання. Цю думку розвивають С. Паламар і С. Гевель: «Головна відмінність пізнавальної від навчальної літератури: читання за власним бажанням, тобто добровільне, що виробляє в дитини навички отримувати інформацію не лише з спеціальних підручників і посібників, а з інших джерел, виділяючи індивідуально корисну інформацію, тобто направляє на подальшу самоосвіту, самовдосконалення» [24, с. 127]. Пізнавальна книга за допомогою наведення цікавих фактів, гумору, аналогій, порівнянь, мотиваційних завдань тощо лагідно та поступово вводить дитину в інформаційно-комунікативне середовище.

Науковиця О. Рябошапка акцентує на триєдиній сутності книги (книга — книжкова справа — читач) і зазначає: «Пізнавальна література спрямована на розвиток інтелектуальної сфери дитини, накопичення нею певних знань. Її призначення полягає в тому, щоб доступною мовою розповісти дитині про системність світу, його будову, причинно-наслідкові зв'язки, а також розкрити сутність наукових понять» [25, с. 22].

Розглянувши підходи до визначення поняття «пізнавальна книга», підсумуємо: означена література має виразну пізнавальну спрямованість і добровільний характер прочитання, а її соціально-функціональне призначення — розкрити інформацію перед читачем і мотивувати його до самоосвіти.

Поданим дефініціям, на нашу думку, бракує чіткості в окресленні особливостей пізнавальної книги. Запропонуємо власне визначення пізнавальної книги: *це видання з виразною пізнавальною спрямованістю, що поєднує художній і науковий стилі викладу та транслює знання з різних галузей з урахуванням психологічних особливостей читача*. Це тлумачення не тільки окреслює значення пізнавальної книги в популяризації знань, а й акцентує на її особливості: синтезі образності та доказовості. До того ж таке

трактування відводить від хибного розуміння пізнавальної книги як суто нехудожньої літератури, оскільки все ж зв'язок художнього та нехудожнього в аналізованому видавничому явищі нерозривний.

Брак не лише унормованої дефініції пізнавальної книги, а й загалом підходу до визначення, зумовлює відсутність єдиної типології означеної літератури. У межах дитячої пізнавальної книги Е. Огар пропонує виокремлювати науково-художню (читачами є молодші діти), науково-пізнавальну (читачі — підлітки), довідкову та практично-розвивальну книгу за цільовими настановами [8] (рис. 1.1). Науковиця аргументує наявність довідкової книги в типології: «Дитячу довідкову книгу, яку традиційно розглядають самостійно, ми вважаємо одним з типів пізнавальної книги, адже їй притаманні такі риси, як: 1) виразне пізнавально-інформувальне цільове призначення; 2) адаптований виклад; 3) широке використання засобів популяризації, у тому числі художньо-образних» [8, с. 44].



Рис. 1.1. Типологія пізнавальної книги за Е. Огар (адаптовано за [8, с. 43])

До того ж «часто жанри словникової чи енциклопедичної статті у дитячих довідкових виданнях трансформуються в жанри художньо-публіцистичного характеру (оповідання чи нарис)» [8, с. 44]. Ми теж помітили, що видавництва часто додають словники й енциклопедії в категорію «пізнавальна література», адже там є приклади, інтимно-дружня тональність спілкування, персонажі тощо, тобто застосовано прийоми, що поліпшують засвоєння читачем інформації.

Під практично-розвивальною книгою Е. Огар розуміє «сукупність творів та їхніх видань, спрямованих на сприйняття знання крізь призму мотиваційних блоків» [8, с. 44], тобто така книга розвиває здібності дитини, її пам'ять, увагу й уяву. Мотиваційні ж блоки стосуються роботи з усвідомленням школярем того, заради чого він навчається, тобто формування розвитку його пізнавальних, навчально-пізнавальних, соціальних мотивів. Для їх формування у книгу вміщують репродуктивні, продуктивні та проблемні навчальні завдання; завдання на закритий (з варіантами відповіді) чи відкритий (без варіантів) вибір тощо.

Натомість С. Паламар і С. Гевель серед пізнавальної літератури виділяють віммельбухи, книги з QR-кодами, книжки для купання та сну[24] (рис. 1.2).

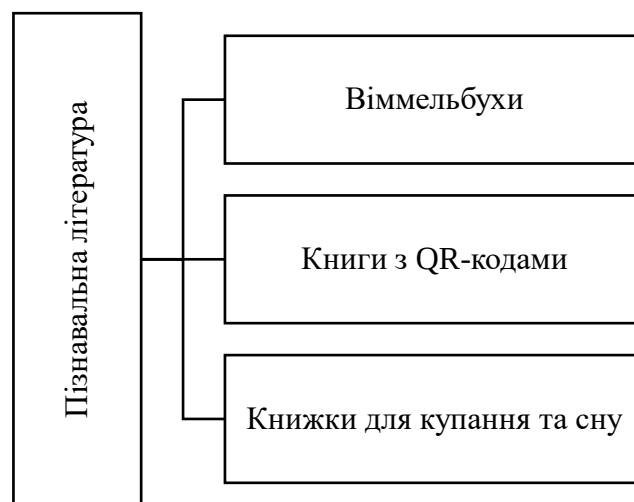


Рис. 1.2. Типологія пізнавальної літератури за С. Паламар і С. Гевель
(адаптовано за [24, с. 129])

Вони пояснюють, що віммельбухи завдяки яскравим і виразним зображенням спонукають творити власну неповторну історію; книги з QR-кодами засобом інтерактивності надають оповіді звуків, барв, рухів тощо; книжки для купання та сну розвивають пізнавальний інтерес через цікаві історії [24].

У розвідці О. Рябошапки пізнавальну книгу розподілено на просвітницьку, науково-художню, довідкову й ужитково-розвивальну [22] (рис. 1.3).

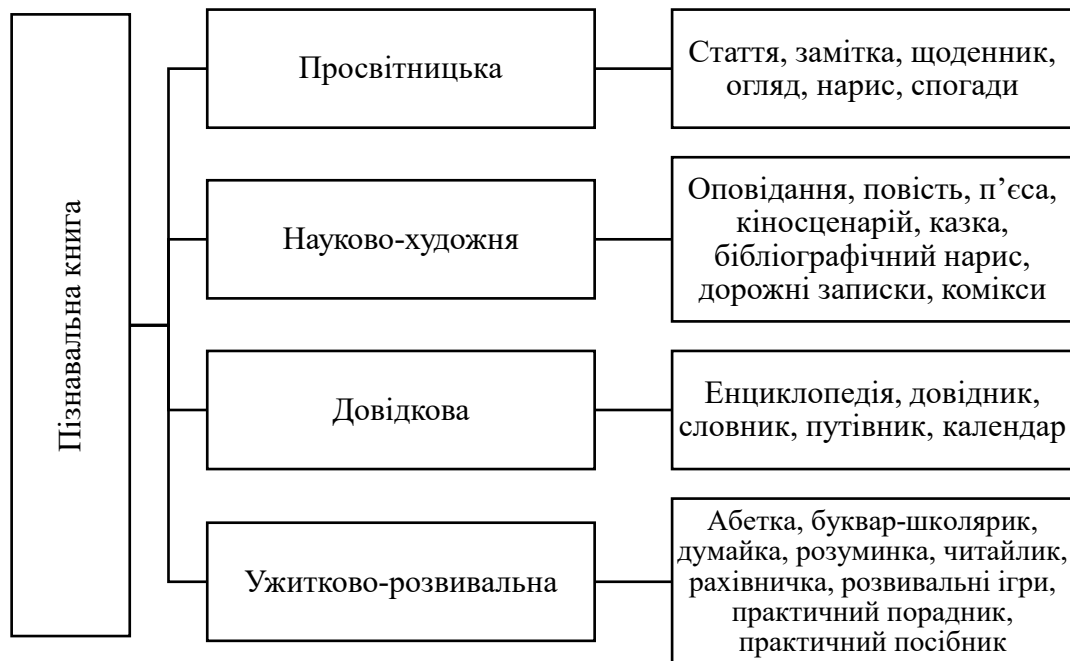


Рис. 1.3. Типологія пізнавальної книги за О. Рябошапкою

(адаптовано за [25, с. 22])

Отже, дослідники виділяють науково-художню, науково-пізнавальну, довідкову, практично-розвивальну, просвітницьку та ужитково-розвивальну пізнавальну книгу. Цей широкий діапазон пояснюємо багатфункціональністю, різноманіттям і відкритістю пізнавальної літератури до суміжних жанрів. Розуміння типологічних особливостей пізнавальної книги допоможе налагодити як ефективну взаємодію авторів, редакторів і видавців, так і тіснішу комунікацію з цільовою аудиторією.

1.2. Багатфункціональність пізнавальної книги

У науковому дискурсі є стійка тенденція виокремлювати функції літератури за етапами переходу людини в різні вікові категорії. Зазвичай твори для дітей пов'язують із пізнанням світу, а для підлітково-юнацької аудиторії — з пізнанням насамперед себе, своїх емоцій, вчинків, ролі в

соціумі. Д. Скориця та Т. Шарова, вивчаючи специфіку сучасної української дитячої літератури, зазначають: «Твори дитячої літератури та критерії їх поділу відповідають загальноприйнятим етапам розвитку особистості людини:

- 1) молодший дошкільний вік, коли діти, слухаючи та розглядаючи книжки, “пізнають” різні твори літератури;
- 2) дошкільний вік, коли діти тільки вчать читати, надають перевагу текстам з ілюстраціями, люблять коментувати малюнки та тексти;
- 3) молодші школярі, від 6 до 10 років; у цьому віці надають перевагу невеликим текстам з малюнками та знайомими словами, поняттями;
- 4) молодші підлітки від 10 до 13 років; діти з цікавістю читають невеликі оповідання з сюжетами, пов’язаними з життям їх однолітків, оточення;
- 5) підлітки 13–16 років; для них більше підходить пригодницька література, читаючи її, юні читачі, насамперед, порівнюють себе з літературними персонажами;
- 6) юність — 16–19 років; у цей період діти повністю сформовані як особистості та обирають твори, виходячи з власних інтересів» [26, с. 83–84]. Хоча вікові особливості дитини мають значний вплив на її читацькі інтереси, такий поділ з огляду на важливість саме індивідуального рівня розвитку читача вважаємо доволі умовним.

Пізнавальна книга важлива у розвитку особистості, оскільки акумулює, зберігає та транслює досвід людства. Ця роль реалізована через кілька функцій.

Комунікативна. На нашу думку, пізнавальна література є насамперед соціальнокомунікаційним явищем, оскільки вона — вагомий засіб розвитку та соціалізації індивіда. Г. Ватаманюк, вивчаючи розвиток дитячої творчості засобом літератури, пише: «Онтологічною (сутнісною) функцією дитячої книги визначено комунікативну (привертає юного читача до книги, допомагає краще зрозуміти себе, навчає висловлювати свої думки й почуття)» [27, с. 226]. Е. Огар у контексті цієї функції наголошує насамперед на побудові «соціальних граней» особистості [28], тобто формуванні розуміння про різні

соціальні явища та процеси, закладанні норм соціальної поведінки, увиразненні її духовно-морального світу.

Пізнавальна книга сповна реалізує комунікативну функцію, адже, як зазначають М. Вон, В. Сотіровська, Дж. Дарраг і М. Елхесс, «запрошує маленьких читачів до читання та пізнання світу довкола» [11, с. 34]. Дійсно, саме завдяки вдалому поєднанню гумору та науковості, образності та фактів така література мотивує юного читача пізнавати світ. Аналізуючи комунікативну функцію означеної літератури, слід звернутися до моделі комунікації Г. Лассвела, що стала класичною в соціології масової комунікації (рис. 1.4).

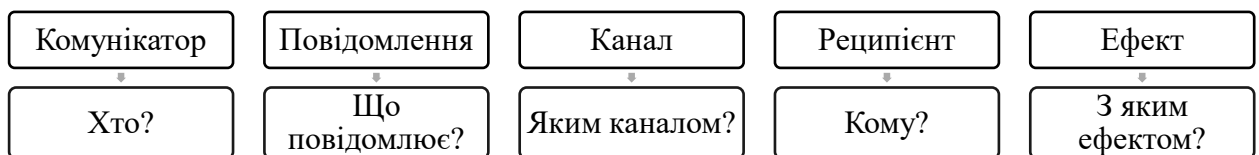


Рис. 1.4. Модель комунікації Г. Лассвела (адаптовано за [28, с. 348])

Застосовуючи цю модель до читання пізнавальної книги як комунікативної дії, комунікатором вважаємо автора, повідомленням — зміст і настанови, що їх закладає письменник, каналом — книгу, реципієнтом — читача, а ефектом — результат спілкування.

Регулятивна (виховна). Зміст цієї функції полягає в засвоєнні знань, мови, норм, звичаїв і традицій як своєї суспільної групи, так і людства загалом (тобто йдеться про осягнення культурної спадщини). На базі цих знань дитина формує систему світоглядних, моральних і духовних цінностей. Описуючи цю функцію, Е. Огар наголошує: «Виховна ідея має органічно впливати з конкретного змісту, з тих ситуацій, які змальовуються у творі. Краще, коли вона діє на юного читача природно — через аргументованість, переконливість оцінок, через етичні та моральні моделі стосунків між героями, оперті на реальну дійсність» [29, с. 130].

Правильної реалізації виховної функції можна досягнути за використання образів, тем і сюжетів, прийнятних для сприйняття й

осмислення конкретною читацькою аудиторією; обговорення з дитиною правильності вчинків позитивних і хибності дій негативних персонажів; розбору проблемних запитань тощо.

Навчальна. Через осмислене читання дитина долучається до знань, надбаних людством протягом тисячоліть. Художній смак і читацький досвід мають значний вплив на формування людини, котра є повноцінним суб'єктом життя. Як пише Е. Огар, «навчальна функція спрямована на те, щоб подавати нові знання, розвивати логічне мислення і мовлення дитини, формувати тезаурус, інформаційну культуру майбутньої особистості» [29, с. 130].

За вимогами Нової української школи, діти мають не тільки вільно володіти державною мовою та мати культурну компетентність, а ще й «постійно збагачувати свій словниковий запас, ураховуючи реалізацію мети підготовки їх до життя» [30, с. 59–60], «вільно поводитися в різних комунікативних ситуаціях» [31, с. 121]. У цьому їм допомагає література, що є неодмінною частиною освіти, бо «добре розвинені навички читання та вміння працювати з книгою, текстом твору в початковій школі створює міцну основу для того, щоб учень виконував творчі завдання, здатні розширювати світогляд, уяву, мовлення, активний словниковий запас» [32, с. 655]. Однак мовна особистість постає лише з поєднання лінгвістичних, соціальних і психологічних аспектів, і пізнавальна книга буде доречною в процесі її формування.

Дослідники з Бразилії М. Мартінс і С. Белміро, вивчаючи стилістичні стратегії в дитячій пізнавальній літературі, вказують: «Сучасні пізнавальні книги [...] пропонують різні шляхи розширення інформаційного репертуару, який можна отримати у різноманітних середовищах: у бібліотеці, вдома, у парку чи в іншому позашкільному місці. Так інформаційна мережа розширюється до інших посередників, об'єднуючи наукові та художні засоби, вигадку та факт. А ще [пізнавальна література] дає дитині доступ до широкого кола знань, які навряд можна отримати лише з матеріалів зі шкільної програми, як-от підручників» [33, с. 19]. Тобто йдеться про важливість цієї

літератури в подоланні стереотипу, що дитина має отримувати знання лише в школі, а от удома їй слід відпочивати та не обтяжувати себе зайвою інформацією.

Необхідною є комунікація юного індивіда з батьками, братиками чи сестричками, старшими родичами через обговорення прочитаного, бо ж знання стають дієвими лише тоді, коли набувають особистісного значення. І тут важливий саме добровільний характер прочитання пізнавальної літератури, яка «виробляє в читача звичку отримувати знання не лише зі шкільних підручників, а з інших джерел, тобто орієнтує дитину на позашкільне навчання, на самоосвіту та самовдосконалення» [8, с. 41].

Естетична. Моделюючи якісну пізнавальну книгу, не можна оминути її естетичного складника, що полягає в розвитку фантазії дитини, формуванні її почуття прекрасного. Цей процес пов'язують з естетичною функцією, тобто з «формуванням духовного світу дитини, сфери її естетичних перцепцій» [8, с. 41].

Ця функція реалізована насамперед у привабливому для дитини оздобленні й ілюстративному матеріалі. Верстальник (іноді спільно з художником-ілюстратором) обирає розмір, накреслення та композицію шрифтової інформації, визначає концепцію художньо-технічного виконання ілюстрацій, застосовує традиційні та новаторські способи технічного втілення авторського задуму. На почуття прекрасного впливає також образний і виразний зміст твору, тож у пізнавальній книзі доречні вірші, прислів'я, приказки, приповідки, афоризми, загадки, скоромовки, фразеологізми тощо.

Німецькі науковці Б. Кюммерлінг-Мейбауер і Й. Мейбауер, описуючи баланс візуальної та текстової інформації в пізнавальному виданні, пропонують використовувати термін «описова книжка-картинка», вказуючи, що вона «транслює знання про світ у правдивий і зрозумілий спосіб. В ідеалі, картинки та різноманітні графічні зображення, як-от діаграми, цифрові символи та карти, підтримують або розширюють текстову інформацію. Ці

типи інструктивних або навіть логічних картинок урізноманітнюють набір ілюстративного матеріалу, уже відомого дітям» [34, с. 189].

Дослідник з Австралії Л. Ансворс радить використовувати в пізнавальній книзі різноманітні види ілюстрацій (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Види ілюстрацій у пізнавальній книзі за Л. Ансворсом*

Вид	Зміст	Приклад
Натуралістичний	Показування реальності якомога точніше та природніше	Високоякісне кольорове фото
Реалістичний	Зображення явища наближено до реальності без його фіксації чи відтворення як конкретного образу	Наближений до реальності малюнок
Науковий	Демонстрація образу якомога традиційніше	Схема, графік
Фантастичний	Побудова уявної версії реальності	Зображення у мультиплікаційній техніці

* Примітка. Допрацьовано за [35].

Розважальна. Ця функція, яку пов'язують з отриманням задоволення від читання [36], є однією з провідних у пізнавальній книзі. Однак з огляду на шаблонні мультсеріали та фільми, ігри, де мінімізовано концепцію докладання зусиль задля перемоги та гіперболізовано важливість шансу, удачі чи грубої сили, діти можуть бути схильними до стереотипів, «кліпового» мислення та маніпуляцій. Тож авторам, видавцям, редакторам, психологам, книгорозповсюджувачам слід дбати, щоб діти отримували пізнавальну літературу зі збалансованим розважальним і навчальним складником.

Д. Різ і В. Гарріс, аналізуючи читання пізнавальних видань для задоволення та відпочинку, зазначають: «Нечасто пізнавальні книги використовують для справжнього задоволення, а вміщену в них інформацію — як матеріал для розважального читання. Однак викладачі та

науковці останнім часом почали звертати увагу на естетичні якості пізнавальних книг і притаманні їм цінності [...] вони наполягають на включенні пізнавальної літератури [...] у читання вголос удома та в школі» [37, с. 219]. Ці видання можна сприймати і як витвори мистецтва та джерело естетичного задоволення.

Дослідниця зі США з досвідом учителювання С. Гарві, обстоюючи думку, що пізнавальна книга найбільше розвиває дитячу пристрасть і прагнення до навчання, описує її так: «Пізнавальна книга породжує пристрасна допитливість; пристрасть призводить до залучення. Якщо наприкінці року ми подивимося на наш клас і впевнено скажемо, що наші діти — учні з пристрасною допитливістю, то ми на правильному шляху» [38, с. 15].

Дж. Александр і Р. Джармен, описуючи пізнавальну книгу як джерело задоволення, радять задля реалізації розважальної функції використовувати в ній такі елементи:

- різноманітний ілюстративний матеріал (фото, малюнки, мультиплікаційні зображення, діаграми тощо);
- інноваційні дизайнерські розробки (поп-апи, клапани, витягні, перевертальні складники);
- макети сторінок, натхненні дизайном вебсторінок);
- віконця з уривками інформації (фактоїдами), щоб заінтригувати читача [12].

Цей список є неповним і його можна розширити розвивальними вправами, сюжетно-рольовими іграми, експериментами, гумором на сторінках пізнавальної книги.

Компенсаторна. Зауважимо, що ця функція є малодослідженою, однак це не применшує її значення. Як пишуть дослідниці Д. Скориця та Т. Шарова, «діти віддають перевагу книгам, де зображено те, чого їм не вистачає в реальному житті, тому їх читацькі інтереси поступово змінюються — від чарівних казок до сучасних фентезі і фантастики» [26, с. 81]. Дітям властиве

глибоке занурення у вигаданий світ книги, де вони як переймають риси вигаданих персонажів, так і наділяють їх своїми. Так читачі проживають невисловлені емоції, моделюють проблемні ситуації, визначають межі вигадки та реальності.

Однак ми вбачаємо компенсаторну функцію пізнавальної літератури в заповненні інформаційних лакун, спричинених неможливістю навчальної книги окреслити всі аспекти теми, браком довірливого спілкування дитини з однолітками, батьками, старшими родичами.

Досліджуючи змістове розмаїття англomовної дитячої книги, С. Фіялка виокремлює малодосліджені на українському книговидавничому ринку теми:

- глобальні небезпеки для людства;
- смерть;
- статеві стосунки;
- алкоголізм і наркоманія;
- расова рівність;
- бідність і безпритульність;
- утеча з дому;
- проблеми людей з обмеженими можливостями.
- насильство та жорстокість [39].

Хоча частка українських видань на ці теми зросла, переважає все ж перекладна література. Однак перелічені соціальні аспекти є частиною життя сучасної дитини, і вона прагне з'ясувати природу своїх страхів та емоцій, шукає підтримки в складних ситуаціях. Авторам, психологам, ілюстраторам, книговидавцям слід розширювати тематичний спектр як дитячої літератури загалом, так і пізнавальної книги зокрема, а отже й компенсаторну функцію, щоб підтримувати юного читача на різних етапах життєвого шляху.

Пізнавальна. Як пише Е. Огар, «пізнавальна функція реалізується через засвоєння дитиною змісту книги. Під час роботи з книгою дитина також пізнає

сутність її самої як явища культури, засобу отримання різноманітних вражень, розкриття таємниць, пошуку відповідей на численні питання» [29, с. 130].

Однак пізнавальну функцію не можна обмежувати «розповіддю про щось». Історія неодмінно має бути комплексною, психологічно правильною, містити вдалий баланс вигадки та факту. Якісна пізнавальна книга має бути важелем розвитку пізнавального інтересу у внутрішній мотиваційній сфері особистості дитини, що спонукатиме її до самостійного осмисленого читання.

Проблема пізнавального інтересу, яку досліджували ще середньовічні філософи, набула нового значення із запровадженням Нової української школи, орієнтованої на особистісний розвиток учня, його інтерес і бажання навчатися.

Обстоюючи думку, що пізнавальна література особливо актуальна саме для дітей молодшого шкільного віку, чия пам'ять «набуває виразного пізнавального характеру» [40, с. 125], розробимо авторську структурну модель розвитку пізнавального інтересу молодших школярів засобом пізнавальної книги (рис. 1.5).

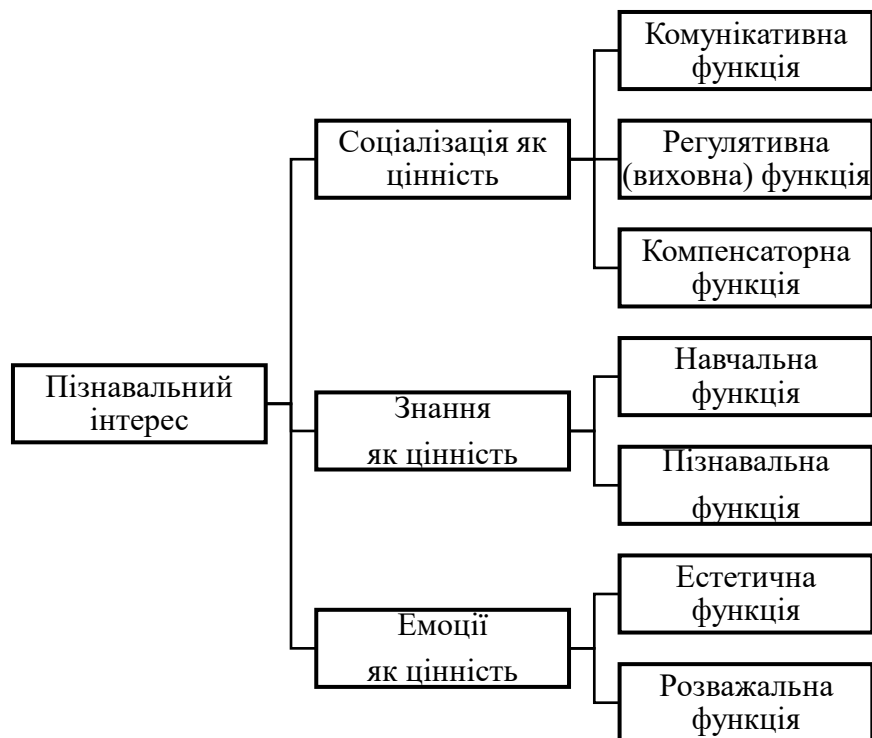


Рис. 1.5. Авторська структурна модель розвитку пізнавального інтересу молодших школярів засобом пізнавальної книги

Ми зображуємо пізнавальний інтерес як усвідомлення триєдиної системи цінностей: соціалізації як цінності (предметом інтересу є розуміння себе в соціокультурному дискурсі), знань як цінності (предмет інтересу — об'єктивна реальність), емоцій як цінності (предметом інтересу є особистісна спрямованість у вивченні світу), кожна з яких розкривають кілька проаналізованих вище функцій.

На нашу думку, пізнавальна функція не лише пріоритетна в контексті пізнавальної книги, а й така, що не можлива без реалізації інших, а саме регулятивної, навчальної, естетичної, розважальної та компенсаторної функцій.

1.3. Інтегроване використання пізнавальної книги

На нинішньому етапі розвитку педагогічної освіти особливої ваги набуває заохочення учнів до пізнавальної активності. Як зазначають Н. Максименко, С. Барило, І. Бай, описуючи міжпредметну інтеграцію як чинник розвитку пізнавальної активності, «початкова школа стає центром загальної уваги освітян, оскільки перші роки навчання і виховання дітей у школі не тільки визначають саморозвиток особистості, а й суттєво впливають на формування їхнього інтелекту, творчої діяльності» [41, с. 116]. Вони вказують, що розвиток пізнавальної активності молодших школярів є одним із пріоритетних завдань Нової української школи з огляду на їхні вікові особливості: «Саме у цьому віці природою закладено значні можливості, які сприятимуть пізнанню навколишнього світу, реалізації розумових здібностей» [41, с. 116]. Такими особливостями, за дослідницями А. Срібнюк і Р. Сойчук, є:

- «якісно новий рівень розвитку довільної регуляції поведінки та діяльності;

- змістовна рефлексія (аналіз передумов власної дії; змістовна, оскільки спрямована на те, щоб виявити, чому ця дія виконується так, а не інакше);
- аналіз;
- внутрішній план дій — планування;
- орієнтація на ровесника і колектив загалом» [42, с. 144].

Оскільки дитина молодшого шкільного віку, на думку О. Романової, «природним чином підготовлена до засвоєння інтегрованих знань, єдності способів пізнавальної діяльності» [43, с. 154], то для важливий інтегрований підхід в освіті.

У дошкільному віці особистість формує свою картину світу з мультфільмів, пісень, книг, розмов дорослих, інформації засобів масової комунікації, спілкування з однолітками тощо. Ці знання доволі уривчасті, однак дитина, обдумуючи й обговорюючи їх, формує власну інформаційну систему. У шкільному віці ця єдність розширюється та водночас руйнується з огляду на чіткі межі предметного навчання. І задля формування в учня цілісного уявлення про світ, розвитку його соціально-пізнавального досвіду, активізації мисленнєвих процесів запроваджують інтегрований підхід.

Визначимо принципи реалізації цього підходу в навчанні молодших школярів (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

**Принципи реалізації інтегрованого підходу
в навчанні молодших школярів***

Принцип	Зміст
Цінності особистості	Розуміння самоцінності кожного індивіда незалежно від його ролі, позиції, думки; Пріоритетність загальнолюдських цінностей
Унікальності особистості	Утвердження неповторності кожної дитини й акцентування на необхідності побудувати освітній процес так, аби максимально розкрити її індивідуальність

Продовження таблиці 1.4

Пріоритету особистісного розвитку	Визначає особистісний розвиток головною ланкою освітнього процесу, утверджує навчання як засіб розвитку, а не самоціль
Орієнтації на зону найближчого розвитку дитини	Мотивує вчителя добирати завдання з огляду на здібності учня та темп засвоєння нею матеріалів
Суб'єктності освітнього процесу	Передбачає зосередженість на внутрішній мотивації до навчання та свободу вибору дитини
Емоційно-цілісної орієнтації освітнього процесу	Забезпечує емоційно-ціннісне спілкування вчителя й учня
Інтеграції навчання	Орієнтує на цілісне світосприйняття з урахуванням власних здібностей, уподобань, нахилів, інтересів
Дитиноцентризму	Сприяє всебічному гармонійному розвитку особистості

* Примітка. Допрацьовано за [44; 45].

Освітній процес, організований на перелічених принципах, усуне описану проблему різкого переходу від дошкільного до шкільного життя, забезпечить дбайливу інтеграцію освітнього складника в дитячу картину світу, активізує пізнавальний інтерес юного дослідника, навчить ухвалювати самостійні зважені рішення, змотивує отримувати нові знання, створить позитивне освітнє середовище. До того ж інтеграція в освітньому процесі як поєднання розрізнених частин системи виконує кілька важливих педагогічних функцій (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Педагогічні функції інтеграції*

Функція	Значення
Методологічна	Сприяє утворенню у свідомості дитини картини світу засобами гуманітарних і природничих навчальних предметів
Мотиваційна	Узгоджує суперечності між посиленими вимогами суспільства до рівня освіченості громадян і можливостями учнів

Продовження таблиці 1.5

Культурологічна	Перетворює суспільно-історичний досвід на індивідуальне надбання
Логіко-розвивальна	Продукує у свідомості учнів прийоми розумової діяльності
Структуруювальна	Встановлює зв'язки між компонентами освітнього процесу

* Примітка. Допрацьовано за [46].

Змоделюємо інтегрований підхід у роботі з пізнавальною книгою з урахуванням принципів реалізації інтегрованого підходу в навчанні молодших школярів і педагогічних функцій інтеграції в кількох площинах (за [23]).

Пізнавальна книга в межах освітнього процесу. Австралійська дослідниця з досвідом учительювання Л. Вайт доводить доцільність пізнавальної книги в школі: «Раннє залучення учнів початкових класів до якісних пізнавальних текстів позитивно впливає на досягнення грамотності, залучення до читання та вміння використовувати роз'яснювальний матеріал, з яким учні стикаються у старшій школі» [47]. Вона проаналізувала вплив інтегрування пізнавальної книги на словниковий запас, читацький інтерес, зміст знань, друковану та цифрову грамотність молодших школярів (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Вплив інтегрування пізнавальної книги*

Аспект	Вплив
Словниковий запас	Знайомство з технічними та спеціальними термінами
Читацький інтерес	Використання пізнавальних видань для дозвіллевого читання з огляду на їх доступність, різноманітність і якість
Зміст знань	Розширення тематики знань
Друкована та цифрова грамотність	Учить писати наукові тексти; Надає вміння переконувати, пояснювати, дискутувати

* Примітка. Допрацьовано за [47].

Кандидатка педагогічних наук С. Кондратюк радить використовувати пізнавальну літературу на сенсорно-пізнавальних, мовленнєвих, художньо-

естетичних, соціальних заняттях, а також здійснювати інтеграцію між тематичними розділами програми чи між заняттями в межах одного розділу [23]. Це доводить, що пізнавальна книга є вагомим засобом створення життєвих компетентностей, ціннісних орієнтацій індивіда, розвитку його мовлення та мислення.

Турецькі науковці А. Гюнеш і Ф. Гюнеш, описуючи місце пізнавальної літератури в освітньому середовищі, пропонують дітям час читання застосовувати такі техніки:

- визначення мети читання;
- з'ясування цілі автора;
- вивчення прагнень письменника;
- виокремлення авторської головної ідеї;
- відокремлення правди та оціночних суджень;
- розпізнавання доданих письменником деталей;
- розрізнення факту та вигадки;
- оцінення тексту [48].

Учень має чітко усвідомити свою мету читання пізнавальної книги (отримати знання, виокремити теми для обговорення з дорослими чи однолітками, дізнатися відповіді на конкретні запитання тощо); оцінити ціль автора (інформування, розважання, поєднання цих завдань тощо); визначити прагнення письменника (поділитися досвідом, змотивувати до певної дії, здивувати, переконати тощо); з'ясувати думку автора щодо написаного та виміряти міру його втручання у фактаж; переконатися, чи доводить автор зазначені аргументи конкретними цифрами, джерелами, фактами; оцінити подану письменником перспективу та визначити емоцію від ознайомлення з конкретною пізнавальною книгою.

Науковці з В'єтнаму Т. Ха та Ф. Данг, вивчаючи вплив пізнавальних книг про національну культуру на дітей в еру глобалізації, зауважують брак

питомо в'єтнамських дитячих книг на ринку та засилля перекладної літератури [49].

Однак «із загрозою культурної гомогенізації внаслідок глобалізації формування національної ідентичності дітей стає обов'язковим, бо створює основу розуміння себе для кожного громадянина, розвиває почуття його приналежності до спільноти, а також зберігає культурне різноманіття» [49, с. 207].

Т. Ха та Ф. Данг пропонують модель формування вимог до пізнавальних книг про національну культуру для дітей в еру глобалізації (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Модель формування вимог до пізнавальних книг про національну культуру за Т. Ха та Ф. Данг (адаптовано за [49])

У контексті застосування пізнавальної книги в школі Т. Ха та Ф. Данг дають поради щодо її змісту (має створювати та посилювати вміння ухвалювати самостійні рішення, а також самоактуалізацію; інтегрує глобалізований і локальний елементи; показує культурне різноманіття), стилю написання (організований, логічний, послідовний, неповчальний, з авторським голосом, чесний), ілюстративного матеріалу (має увиразнювати й

унаочнювати інформацію), обсягу (має містити принаймні 3000 відомих дитині слів) [49].

На нашу думку, погляд на пізнавальну книгу як засіб уникнення культурної гомогенізації набув особливо актуального звучання з повномасштабним вторгненням росії в Україну 2022 року. Педагогам слід звернути увагу й на таку літературу, щоб допомогти дітям зрозуміти свою національну самобутність та навчити їх поважати культурні відмінності.

Пізнавальна книга під час читання з батьками чи старшими родичами. Читання з батьками чи старшими родичами зазвичай асоціюють із використанням казок для кращого дитячого сну чи використанням паперових, електронних на мобільному пристрої / планшеті, інтерактивних з анімаційними чи звуковими елементами книг. Однак спільне читання — це важливий засіб розвитку не лише для дошкільників, а й для дітей молодшого шкільного віку. Такий процес не лише розважає чи заспокоює дитину, а й допомагає засвоювати мову й отримувати нові вагомні знання, стимулює інтерес до книги, формує грамотність і вміння висловлювати свою думку.

Вибір батьками книг для спільного читання дослідили Р. Йопп і Х. Йопп зі США: «Батьки можуть робити вибір на основі припущень щодо бажаності та доцільності певних текстів для їхніх дітей на основі статі. Або батьки — або самі діти — можуть зробити вибір на основі інтересів дітей» [50, с. 47].

Це пов'язано зі стереотипом, що хлопчики більше цікавляться пізнавальними книгами з огляду на їхнє можливе технічне спрямування: «Вважають, що хлопчики люблять читати пізнавальну літературу більше, ніж дівчата. Якщо пізнавальні книги читають навіть більше, ніж художню (а особливо хлопчики), то слід ширше використовувати таку літературу» [51, с. 351].

Однак, на думку науковців Д. Форда, Н. Брікхаус, П. Лоттеро-Перд'ю, Дж. Кіттлсон зі США, дівчатам найбільше подобається саме пізнавальна література (про тварин) з огляду на поєднання науки та літератури [52]. Вони

зазначають, що батьки переважно обирають для дітей ті пізнавальні видання, які радять учителі [52].

В. Кушман, голова відділу англійської мови зі школи Бейлор у США, опублікував «Лист до батьків», в якому зокрема пояснює, як їм використовувати пізнавальну книгу для сприяння вербальним навичкам дітей:

- ставити запитання, на які потрібно відповідати не лише «Так», «Ні» чи «Не знаю»;
- обговорювати з дітьми проблеми, з якими стикаються персонажі, щоб вони потім могли спокійно поділитися тим, що їх тривожить;
- спочатку читати дітям, а потім читати з ними разом, але спільне читання має бути постійним;
- мотивувати дітей читати вам;
- показувати задоволення від нових слів чи нової книги, щоб довести, що вербальний розвиток — це приємний процес, що триває протягом усього життя, а не лише в шкільні роки;
- читати й собі, щоб показати приклад;
- розширювати бібліотеку з пізнавальними виданнями та заохочувати дітей користуватися нею, коли в них постає якесь запитання [53].

Дослідники Д. Гартсфілд і С. Кімел зі США, обстоюючи право дитини читати різноманітну літературу, розробили критерії вибору якісної дитячої книги, зокрема й пізнавальної (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Критерії вибору якісної дитячої книги*

Критерій	Вимоги
Підтримка навчальної програми	Чи відповідає книга навчальним цілям?
Розкриття інтересів дитини	Чи цікава та корисна ця тема дітям?
Відповідність розвитку	Чи розглядає ця книга соціальні, емоційні й академічні питання готовності учнів?

Продовження таблиці 1.7

Правильність	Чи відповідає ця книга стандартам літературної майстерності?
Точність і достовірність	Чи точні та правдиві дослідження, знання чи досвід автора?
Різноманіття поглядів	Ця книга пропонує один чи кілька поглядів?

* Примітка. Адаптовано за [54].

Батьки мають добирати пізнавальну літературу для дітей з урахуванням їхнього життєвого досвіду, соціальної, емоційної й академічної готовності. Такі книги розвиватимуть світогляд маленької особистості, її духовні потреби та культуру поведінки, сприятимуть активізації творчої уяви, пам'яті й уваги, дбайливо розкриватимуть реалії життя та формуватимуть інтерес до читання як цінності.

Пізнавальна книга для підвищення професійного рівня вчителя. Тема повноцінного читання вчителем дитячої літератури для підвищення свого професійного рівня не знайшла достатнього висвітлення в науково-педагогічному дискурсі. Існують лише поодинокі розвідки, що окреслюють окремі аспекти цього питання. Як зазначає С. Кондартюк, ця площина «виступає додатковим стимулом щодо підвищення власного професійного рівня та полегшує виконання окреслених програмових завдань з формування освітніх компетентностей дитини, водночас виступає додатковим комплексом психологічного розвантаження для педагога, оскільки робить освітній процес цікавішим та емоційнішим» [23, с. 253].

Е. Берроуз, досліджуючи читацьку активність учителів, ставить фундаментальне запитання: «Чи можуть учителі навчити дитину любові до читання, якщо самі не насолоджуватимуться ним?» [55]. Дійсно, найкращий спосіб зацікавити дитину книгою — це показати власний приклад, розповісти враження від прочитаного, поділитися емоціями. Важливим у цьому аспекті є дослідження Дж. Мей зі США, котрий зібрав коментарі майбутніх учителів щодо читання пізнавальної книги:

— розважає та задовольняє;

- дає розуміння історичного контексту сьогодення;
- надає вчителю факти для роботи зі складними та маловивченими темами;
- дає різноманіття вибору для читання вголос [56].

Учитель має читати пізнавальні видання ще й для того, щоб уміти давати їм комплексну оцінку з урахуванням специфіки тексту; формувати читацьку та літературознавчу компетенцію школярів; добирати літературу з урахуванням психологічних особливостей сприймання тексту дітьми; розуміти соціальний контекст твору; моделювати зміст педагогічної діяльності з акцентом на читацьку діяльність дітей; підвищувати педагогічну майстерність тощо.

Пізнавальна книга для корекційної роботи з учнями з особливими освітніми потребами. Важливим питанням у концепції Нової української школи є створення комфортних умов для розкриття інтелектуальної спроможності дитини з особливими освітніми потребами. Особливості розвитку пізнавальних процесів учнів молодшого шкільного віку з особливими пізнавальними потребами окреслила вчителька Ю. Корольчук-Лях:

- виснажливість;
- швидка втомлюваність;
- загальмованість;
- дефіцит розумової працездатності
- зниження уваги
- нестійкість уваги та пам'яті
- брак регулювальної функції мовлення;
- порушення пізнавальної активності;
- обмеження розумової працездатності [57].

Важливість застосування пізнавальної книги для таких учнів полягає в ненав'язливому розвитку активного словника, критичного мислення,

особистісних якостей. Саме розмежування навчальної та пізнавальної літератури створить для таких дітей атмосферу «розмежування» освітнього процесу на навчання та розвагу.

У класах, де є учні з особливими освітніми потребами, неодмінно мають бути пізнавальні видання, що пояснюватимуть певні вроджені чи набуті вади. Обізнаність однокласників сприятиме толерантному рівноправному ставленню до дитини порушеннями фізичного чи психічного розвитку, а отже, ефективній її інтеграції в академічне середовище закладу освіти.

Е. Пеннелл, Б. Воллак, Д. Копенгавер надали такі поради щодо вибору пізнавальної книги для шкільної полиці:

- книжка має бути легкою для прочитання;
- розповідь не повинна бути надто дидактичною, а персонаж з особливими потребами не має викликати жалю чи співчуття;
- видання має пропонувати захопливу сюжетну лінію з добре описаними дійовими особами;
- персонажі повинні бути зображені як сильні та багатогранні особистості, більші за їхню хворобу;
- книжка має бути в наявності в книжкових магазинах чи громадських бібліотеках, адже хороше видання — це доступне видання [58].

Дослідниці А. Фенлон, Дж. Макнаб, Г. Підлипчак серед варіантів взаємодії дитини з особливими освітніми потребами з пізнавальною книгою виділяють такі:

- учень сам читає видання з мінімальною допомогою вчителя;
- учитель читає, а учень повторює;
- учень шукає названі вчителем предмети;
- учень відповідає на запитання вчителя;
- учень відтворює звуки за вчителем;
- учень обирає відповідь із запропонованих варіантів;
- учень ділиться враженнями про прочитане тощо [59].

Отже, інтегроване використання пізнавальної книги полягає у її застосуванні в рамках освітнього процесу, під час читання з батьками чи старшими родичами, для підвищення професійного рівня вчителя, для корекційної роботи з учнями з особливими освітніми потребами.

Таке застосування має вагому особистісно-розвивальну здатність; мотивує дітей молодшого шкільного віку осмислено та системно пізнавати процеси і явища; формує бажання ухвалювати самостійні зважені рішення, зіставляти альтернативні думки, мислити критично.

Читання має вагомий вплив на соціалізацію дитини, оскільки через трансляцію знань розвиває її індивідуальні здібності. Перехід юної особистості з дошкільного віку в молодший шкільний змінює її читацькі вподобання: дитина прагне розвивати свій природний пізнавальний інтерес засобом книги, що пояснює складні явища простою мовою.

«Нон-фікшн», «науково-популярна література» «науково-художня література», «наукова фантастика», «нефікційна література», «література факту», «пізнавальна книга» — так називають аналізовану книгу з огляду на її синтетичність та відкритість до інших жанрів, що дає авторам нагоду творчо експериментувати. Однак поданим дефініціям, на нашу думку, бракує чіткості в окресленні особливостей пізнавальної книги, тож ми запропонували власне визначення.

У типології пізнавальної дослідники виділяють

- науково-художню;
- науково-пізнавальну;
- довідкову;
- практично-розвивальну;
- просвітницьку;
- ужитково-розвивальну книгу.

Соціальнокомунікаційний підхід до функцій пізнавальної книги доводить, що вона виконує кілька важливих функцій:

- комунікативну;
- регулятивну (виховну);
- навчальну;
- естетичну;
- компенсаторну;
- пізнавальну;
- розважальну;

На основі цих функцій побудовано модель розвитку пізнавального інтересу як триєдину систему цінностей: соціалізація як цінність (предметом інтересу є розуміння себе в соціокультурному дискурсі), знання як цінність (предметом інтересу є об'єктивна реальність), емоції як цінність (предметом інтересу є особистісна спрямованість у вивченні світу).

Широкий діапазон функцій пізнавальної книги зумовлює її інтегроване використання, тобто в освітньому процесі, під час читання з батьками чи старшими родичами, для підвищення професійного рівня вчителя, для корекційної роботи з учнями, котрі мають особливі освітні потреби.

РОЗДІЛ 2

ПІЗНАВАЛЬНА КНИГА ЯК СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИЙ АКТ

2.1. Комунікант у пізнавальній книзі

З огляду на важливість комунікативного потенціалу (особистісних якостей, здібностей, а також комунікативних знань, умінь і навичок) інформаційного суспільства, розбудову теорії соціальної комунікації та розвиток науки про масову комунікацію пізнавальну книгу слід розглядати саме як соціальнокомунікаційний акт, що перебуває в стані сталого розвитку. Про це мовить й Е. Огар, котра наголошує на комунікативній природі дитячої книги та радить використовувати соціальнокомунікаційну «оптику» для її дослідження [60].

Пізнавальна книга, як і дитяча книга загалом, має варіативні комунікантні характеристики, бо охоплює твори, написані як дітьми, так і дорослими. Вивчаючи дитяче авторство в пізнавальній книзі, М. Гісо зауважує, що з соціальнокультурного погляду письмо є нелінійним індивідуальним процесом, і діти активно долучаються до написання текстів, використовуючи навчальні можливості. Наприклад, популярними у США є шкільні «письменницькі воркшопи», що складаються з невеликої розповіді на певну тему; самостійної роботи дитини над твором, коли вона підбирає різні варіанти написання та використовує ідеї з розповіді; обговорення результатів з учителем й однокласниками [61].

Типовою в контексті пізнавальної книги все ж є структура, де основними учасниками літературно-видавничої комунікації постають автор-дорослий і читач-дитина. Вони мають різний життєвий досвід, рівень мислення та спосіб світосприйняття, ерудицію та знання, а отже, «між автором і дитиною-читачем завжди існує надзвичайно велика відстань. І йдеться не лише про вік (життєвий досвід, ерудицію, словниковий запас тощо), а й про часово-

просторовий контекст. Тобто авторові недостатньо пригадати себе в дитячому віці (свої здатності, потреби та бажання), оскільки змінився простір і час, у якому відбуваються дискурси, що, взаємодіючи та протидіючи між собою, формують індивідуальну ідентичність сучасних дітей» [62, с. 117].

У дитячій книзі внутрішній світ, почуття та переживання уявного комуніката розкрито переважно з погляду дорослого письменника. Саме він визначає тематичну й емоційну спрямованість необхідних дитині знань, оцінює її читацьку й інформаційну культуру, і через призму життєвого досвіду, естетичних і духовних переконань створює твір. Щоб досягнути його комунікативної ефективності, письменник має розуміти психологічний портрет своєї цільової аудиторії, її зацікавлення, смаки та побажання.

Автор дитячої книги виконує кілька завдань:

- формує в дітей позитивну мотивацію до читання;
- розширює кругозір читача;
- транслює суспільний досвід;
- підвищує культурний рівень особистості тощо.

Хоча письменник й активно виконує покладену на нього виховну функцію, комунікат (читач-дитина) сприймає його переважно відокремлено від твору, не усвідомлюючи зв'язку між текстом і його творцем. Ми поділяємо думку Е. Огар, що одним із вагомих завдань літературної шкільної освіти є навчити учня сприймати твір як наслідок літературної творчості реальної людини, що постає з її особистого та суспільного життя [60].

Для юних реципієнтів джерелом оповіді є не письменник, а та особа, котра читає їм книжку, тобто переважно батько чи матір або ж учитель. Безумовно, читання в системі сімейного дозвілля чи літературного розвитку учнів сприяє освіченості, розвиває пізнавальну активність, підвищує рівень мисленнєвої культури. Однак надважливо не лише обговорювати прочитане та будувати рефлексії на його основі, а й звертатися до особистості автора, аналізувати його біографію, тобто розуміти психологічний і мотиваційний виміри його письменницької діяльності. Комунікант у пізнавальній книзі має

поставати індивідуальністю з суб'єктивним (особисті почуття, бажання, страхи, мотивація, риси характеру тощо) й об'єктивним (сформований образ із виразними емоційними акцентами) вимірами.

Гумором, оригінальністю й експериментальністю поміж авторів пізнавальної книги вирізняється Кузько Кузякін (Д. Кузьменко). Серед його книжок — «Я х трамвай + зоопарк» (2016 р., «Vivat»), «Біла трішки чорна-пречорна книжка» (2017 р., «Vivat»), «Росли груші на вербі!» (2020 р., «Талант»), «Другоасики з 2-А» (2020 р., «Vivat»), «Я і мій тато» (2022 р., «Vivat»). Він як учитель-математик долучився й до популяризації науки серед школярів — вийшли друком видання «Зубасті задачки» (2014 р., «Видавництво Старого Лева»), «#щотакематематика?» (2018 р., «Талант»).

Д. Кузьменко формує свою письменницьку особистість, спілкуючись з аудиторією в школах і бібліотеках, або ж через зум-зустрічі. Розуміючи важливість емоцій для дітей, він під час спілкування використовує образ пірата та роздає допитливим читачам цукерки.

Фахову письменницьку постать у пізнавальній літературі вибудовує і Ю. Смаль — авторка книг «Цікава хімія. Життєпис речовин» (2016 р., «Видавництво Старого Лева»), «Лесеві історії. Експериментуй та дізнавайся» (2019 р., «Видавництво Старого Лева»), «Вибухова історія людства. Як хімія стає зброєю» (2021 р., «Видавництво Старого Лева»).

Ю. Смаль бере участь в онлайн-зустрічах (як-от із редакторкою «Видавництва Старого Лева» М. Савкою), відеочитаннях (наприклад, від Українського ПЕН), демонструє глядачам досліди щодо вибухової сили чи загоряння тощо.

Психологічний вектор у пізнавальній книзі розбудовує С. Ройз. Серед її видань — «Хто живе у мамі в серці?» (2018 р., «Ніка-Центр»), «Подорож страховиська. Книжка-практикум» (2019 р., «Час Майстрів»), «Ми до лікаря йдемо» (2020 р., «#книголав»), «Таємниця Життя та смерті» (2021 р., «Видавництво Старого Лева»), «Ключі сили» (2022 р., «Видавництво Старого Лева»), «Першокласна книжка для майже школярів» (2022 р., «Vivat»).

С. Ройз відвідує онлайн-зустрічі (як-от від «Видавництва Старого Лева» із Г. Вдовиченко), проводить відкриті зустрічі для вчителів і батьків тощо.

Тематика людських цінностей цікавить авторку пізнавальної літератури О. Луцевську. Виданнями її авторства та співавторства є «Опікуни для жирафа» (2018 р., «Видавництво Старого Лева»), «Мама прийшла» (2019 р., «Крокус»), «Тигрик-оригамі» (2019 р., «Маміно»), «Дивовижні особистості, які змінили ХХ століття» (2020 р., ІРІО), «“Ї”. Особлива буква» (2020 р., «Портал»), «Твої друзі — визначні українці» (2022 р., «Артбукс»), «Це тиха ніч, мій астронавте» (2022 р., «#книголав») тощо.

Оскільки О. Луцевська нині живе у США, то проводить віддалені зустрічі з читачами (наприклад, на базі Бібліотеки-філіалу №4 м. Полтави, Бібліотеки ім. Саші Чекаліна, Калуської дитячої бібліотеки); також бере участь у записі циклу розмов для проєкту «BareBooks», веде активну комунікацію в соціальних мережах.

Отже, українські автори пізнавальних книг є активними учасниками комунікаційного літературно-видавничого процесу, котрі взаємодіють із читацькою аудиторією, розвивають вітчизняний книговидавничий ринок і гідно демонструють світові український літературний код. Це спростовує тезу Е. Огар, яка вважає, що адресантам нехудожніх текстів відмовлено в праві на причетність до письменництва [60].

Вибудувати ефективні та комерційно вдалі відносини автора та видавництва можна лише на засадах рівноправного стратегічного партнерства. Тоді письменник реалізуватиме свій твір з урахуванням цілей і цінностей видавця, а також розумітиме місце свого видання в його книжковому портфелі. Баланс прагнень, злагоджений поділ компетентностей, персональна відповідальність за результат — це фундамент довготривалих і продуктивних взаємин.

Стратегічна робота видавця з комунікантами в пізнавальній книзі стосується аналізу такої інформації, що визначає їхні інтереси та мотивацію:

- критеріїв оцінювання власних текстів;

- мотивів обрання видавництва;
- моделей ділової поведінки;
- детермінант ухвалення рішень про співпрацю;
- бачення соціокультурних ролей автора та видавця;
- розуміння відносин автор — видавництво, автор — редактор, автор — читач тощо.

Авторитет і соціальна поведінка письменника впливають на репутацію видавництва-партнера та соціальну значущість видання. Саме тому робота з письменниками так само делікатна та складна, як і над їхніми текстами. Розуміння комунікаційних ролей (тобто становища під час взаємодії) автора як комуніканта в пізнавальній книзі дасть змогу уникнути багатьох невдалих сценаріїв і вибудувати правильні суб'єкт-суб'єктні відносини в редакційно-видавничому процесі. Відповідно до комунікаційних аспектів співпраці автора та редактора виокремлюють різні комунікаційні ролі автора [63]. Адаптуємо їх до практика видання пізнавальної літератури (рис. 2.1).

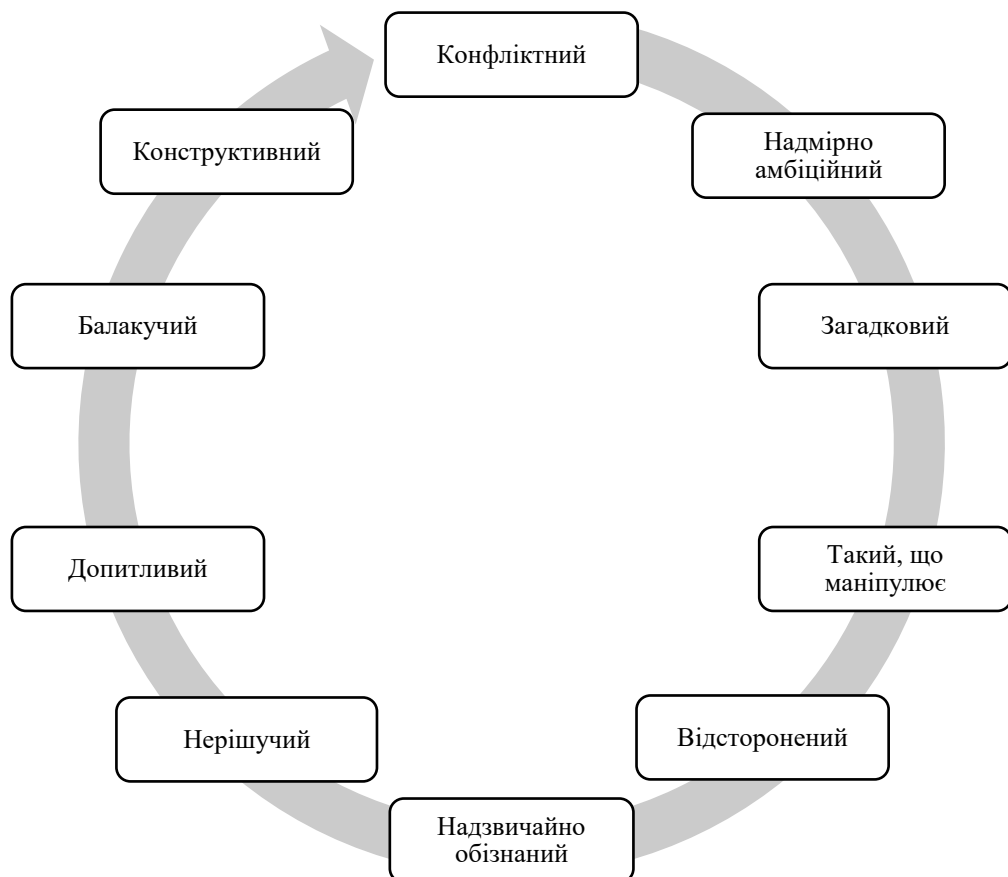


Рис. 2.1. Комунікаційні ролі авторів пізнавальної літератури

Конфліктний автор. Цей комунікатор вирізняється нетерплячістю, нестримністю та надмірною емоційністю. Конфліктні автори мають переважно холеричний темперамент із позитивними (активність, рішучість, енергійність, товариськість, бадьорість) і негативними (агресивність, конфліктність, запальність) рисами. Редакторам доволі складно працювати з цими комунікантами з огляду на їхню схильність влаштовувати сварки, неухважність, нестійкість настрою, упередженість стосовно запропонованих варіантів покращення тексту.

З конфліктними авторами слід заздалегідь обговорювати можливі суперечливі питання; добирати тактовніші слова для обґрунтування своєї позиції; неодмінно звертати увагу на пропозиції та зауваження, акцентуючи на вдалих; ураховуючи наполегливість і нестримність, скеровувати їхню енергію на корисні для промоції видання заходи.

Надмірно амбіційний автор. Несприйняття критики, завищена самооцінка, зверхність стосовно працівників видавництва — риси цієї комунікаційної ролі. Часто комунікація з такими авторами ускладнена через їхнє несприйняття рівноправності письменника та видавництва. Ці фактори закріплюють негативні редакційно-видавничі відносини.

Видавцям слід вирішити, чи співпрацювати з надмірно амбіційним автором, докладати значних зусиль до створення ліберальних взаємин, або ж толерантно відмовитися від взаємодії, втративши так пізнавальні книги з відомим прізвищем у портфелі підприємства.

Загадковий автор. Цей комунікант приховує свої істинні цілі та мотиви, підмінюючи їх очікуваними. Нерідко вдається до хитрощів і нещирості, підлаштовує свою систему цінностей до тональності видавця. Загадковий автор може, наприклад, звернутися у видавництво з рукописом і, запевнивши редактора у співпраці, почати випитувати в нього додаткову інформацію, що не стосується теми зустрічі. Він може намагатися під час бесіди отримати ті послуги, які редактор надає платно, маскуючи ці спроби запитаннями «А як би Ви...?», «Ви маєте великий досвід... Дайте дружню пораду стосовно...» тощо.

Задля ефективної співпраці із загадковими авторами необхідно чітко окреслювати теми та межі розмови, вибудовувати професійну комунікацію.

Автор, який маніпулює. Цей тип комунікантів у пізнавальній книзі вирізняється надмірним контролем редакційно-видавничого процесу та його зміною з вигодою для себе. Оскільки автор пізнавальної літератури постійно взаємодіє з масивом різноманітної інформації, створюючи на її основі власну «реферативну» інтерпретацію, то він може бути схильним до нав'язування своєї думки. Редактора ж автори, котрі маніпулюють, не вважають рівнозначним партнером, бо ж він, на їхню думку, не має необхідного досвіду в конкретній галузі.

Під час роботи з цими комунікантами радимо дотримуватися спокійного та впевненого тону висловлювань, виявляти істинні приховані мотиви й акцентувати на спільних цінностях.

Відсторонений автор. Він переважно мовчазний і незібраний; спілкуючись, немов перебуває в іншому місці, тому й не розвиває тему розмови. Відсторонений автор справляє враження апатичної людини з поганим настроєм, зниженою енергетикою, швидкою стомлюваністю, проблемами з концентрацією, безініціативністю. Редактор помічає, що такий автор схильний відкладати свої обов'язки та завдання.

Задля ефективної взаємодії з відстороненими авторами пізнавальної книги необхідно повертати їх до обговорення оригіналу — ставити додаткові запитання, ділитися своїми враженнями від прочитаного, обговорювати несподівані емоційні факти, наведені письменником. Тоді він почуватиметься причетним до видавничого процесу, усвідомлюватиме вагомість своєї ролі в створенні книги.

Надзвичайно обізнаний автор. Цей комунікант переконаний у правильності своїх вчинків, завжди висловлює власну думку, важко погоджується на компроміс. Він вірить у свої можливості, прагне виділитися поміж інших, отримувати схвалення авторитетних людей. Взаємодія з надзвичайно обізнаним автором ускладнена через його невміння зіставляти

бажане з можливим; невпинний пошук істини (бо ж основою пізнавальної книги є саме факти), а отже, постійні сумніви.

Під час комунікації з цими авторами необхідно дати їм можливість висловитися та відповісти на всі запитання, а потім чітко висловити свої пропозиції, зауваження, побажання, наголошуючи на важливості зв'язку редактора (як представника видавництва) та письменника задля створення якісної книги.

Нерішучий автор. Невпевненість, тривожність, закомплексованість, невизначеність є рисами цієї «гальмівної» комунікаційної ролі, не здатної до відкритого висловлення своїх почуттів і потреб. Нерішучість комуніканта в пізнавальній книзі може бути спрямована на себе (коли реальне «Я» не співмірне з ідеальним «Я»), інших (стосується проблем із соціальною взаємодією) та діяльність (коли індивід не впевнений у своїх професійних компетентностях).

Комунікаційна позиція нерішучого автора пізнавальної книги — це позиція Дитини, котрій легше погодитися з Редактором-Дорослим, аніж обстоювати свою думку; така особистість емоційно реагує на кожне зауваження та не сприймає конструктивну критику, потребує схвалення та підтримки. Оскільки поступливість цього комуніканта зумовлює згоду на всі запропоновані виправлення, то він зрештою залишається невдоволеним і пригніченим.

Неприпустимо недооцінювати, надмірно критично коментувати чи висміювати висловлювання такого комуніканта. Слід вирізняти його доречні пропозиції та впроваджувати їх у редакційно-видавничий процес, а всі виправлення обговорювати з автором і намагатися робити так, щоб рішення все ж було за ним.

Допитливий автор. Цей тип комунікантів у пізнавальній книзі постійно ставить редакторів чи видавцю запитання, як пов'язані з авторським оригіналом, так і такі, що не стосуються теми бесіди. Такий інтерес письменника до редакційно-видавничого процесу означає його

працелюбність, зацікавленість, позитивну мотивацію загалом і прагнення створити якомога якісніше видання зокрема. Прагнення діалогу доводить, що автор визнає редактора (видавця) партнером і соратником. Однак надмірна кількість запитань може призвести до затягування етапів редакторського опрацювання рукопису та нез'ясованості важливих питань щодо промоції майбутнього видання.

Різновидом допитливого автора є *балакучий автор*. Він може телефонувати редакторові в позаробочий час, розповідати про своє особисте та професійне життя. Міжособистісне спілкування позитивно впливає на редакційний процес, оскільки встановлюються інтерперсональні особистісно-орієнтовані відносини, налагоджується довіра, підтримка, ділова симпатія. Однак таке спілкування має базуватися на визнанні незалежності й унікальності партнера та повазі до його психологічних меж й емоційного стану.

Щоб ефективно взаємодіяти з допитливими та балакучими авторами, потрібно бути доброзичливими; виділяти у своєму мовленні ключові та структурні слова (по-перше, підсумовуючи, однак, тож); повертати співбесідника до теми розмови, акцентуючи на зауваженнях і пропозиціях; відокремлювати факти від суджень; дотримуватися основних правил мовлення: кількості (надавати необхідний для розмови обсяг інформації), якості (озвучувати лише перевірені дані), релевантності (говорити лише те, що стосується теми діалогу), способу (уникати нелогічності та хаотичності).

Конструктивний автор. Це «ідеальний» комунікант у пізнавальній книзі. Він наполегливий, працелюбний, цілеспрямований, творчий, розумний, відповідальний. Бесіда з конструктивним автором стосується професійних аспектів, він дискутує та сприймає зауваження, висуває пропозиції, охоче вдосконалює свій матеріал. Це Автор-Дорослий, котрий оцінює свої дії та контролює ситуацію.

Конструктивний автор розвиває сучасну пізнавальну книгу з урахуванням вікових і психологічних особливостей читацької аудиторії;

осмислює її на змістовому (теми й ідеї), образотворчому (графічно-зображальний складник) й архітектонічному (художньо-проектні особливості) рівнях; мотивує шукати нові технологічні процеси виготовлення книги (перехід площини в об'єм); ініціює базисні (створення винаходів у сфері техніки й технологій для реалізації друкованих й електронних видань) й удосконалені (поліпшення характеристик видань, як-от їстівні матеріали в дизайні чи створення оптичних ілюзій) інновації в контексті дитячої літератури тощо.

Отже, сучасний комунікант у пізнавальній книзі формує в читачів позитивну мотивацію до навчання, розширює їхній кругозір; транслює суспільний досвід. Він має кілька комунікаційних ролей: конфліктний; надмірно амбіційний; загадковий; такий, що маніпулює; відсторонений; надзвичайно обізнаний; нерішучий; допитливий; балакучий; конструктивний. Однак на його роботу впливають не лише внутрішні (особистісні) риси, а й зовнішні (освіта, стаж роботи).

Автор може набувати різних ролей з огляду на об'єктивні обставини (наприклад, бути нерішучим через тимчасові особисті труднощі та проблеми зі здоров'ям; або ж раптово стати надмірно амбіційним, щоб приховати свої переживання чи страхи). Розуміння цих комунікативних особливостей, а також коректне оцінювання реальних обставин дасть змогу вибудувати ефективний редакційно-видавничий процес.

2.2. Посередник у пізнавальній книзі

Поряд з автором первинного твору повноправним учасником у пізнавальному виданні як соціальнокомунікаційному акті постає редактор. Він як посередник комунікації між письменником і читачем несе відповідальність за інформативний, науковий, структурний і мовностилістичний рівні тексту та видання, в якому він опублікований.

Редактор пізнавальної книги як комунікативна особистість, котра знає специфіку підготовки та випуску цієї літератури, постійно спілкується з

авторами та читачами, щоб сприймати рукопис очима адресата та водночас розуміти ті сенси та мотиви, які закладає у видання адресант. Це доводить слова професора Р. Іванченка про те, що редактор є не лише читачем і ланкою, що поєднує автора й аудиторію, а й діячем [64]. І цей діяч має поєднувати професійні й особистісні характеристики. Наприклад, мати вищу (поглиблену гуманітарну) освіту; бути порядним, наполегливим, врівноваженим, цілеспрямованим, патріотичним; вміти організовувати редакційний процес; мати навички макетування; володіти комплексом нормативних дисциплін [65].

Як провідна постать у видавничому процесі цей комунікатор проводить організаційну роботу з авторами, розуміє цілі й особливості підготовки пізнавальної літератури, забезпечує необхідними методичними матеріалами. Він залучений до фінансової діяльності видавництва, є одним із учасників промоції видання. Редактор також має цілісне уявлення про друкарську справу, орієнтується у тенденціях поліграфічної галузі, розуміється на її технологіях і витратних матеріалах, пропонує способи поліпшення поліграфічного виконання видавничих продуктів. Він виконує й коректуру, наукове та літературне редагування, вивірювання, уніфікацію, організування рукопису. Також редактор прагне орієнтуватися в проблематиці пізнавальної літератури, відвідувати наукові конференції, ознайомлюватися зі збірниками наукових праць і журнальними публікаціями з теми. Тож з огляду на функції, які виконує сучасний редактор пізнавальної книги під час підготовки та випуску видання, робимо висновок, що редагування — це багатоаспектне поняття, що стосується організаційного, літературного, мовного, економічного, поліграфічного, маркетингового вимірів видавничої діяльності.

Пізнавальна література, зважаючи на широкий спектр своїх функцій (комунікативну, регулятивну (виховну), навчальну, естетичну, компенсаторну, пізнавальну, розважальну), потребує кваліфікованого редактора, котрий не лише відповідає за якість видання, а й формує систему цінностей дитини, розширює її свідомість, зацікавлює в поглибленні знань. Такий спеціаліст має не лише виконувати редакторський аналіз матеріалу, а й

володіти важливими позитивними особистісними якостями та поєднувати в роботі досвід багатьох фахівців.

Пропонуємо такі професійні ролі сучасного редактора пізнавальної літератури для дітей молодшого шкільного віку (рис. 2.2).

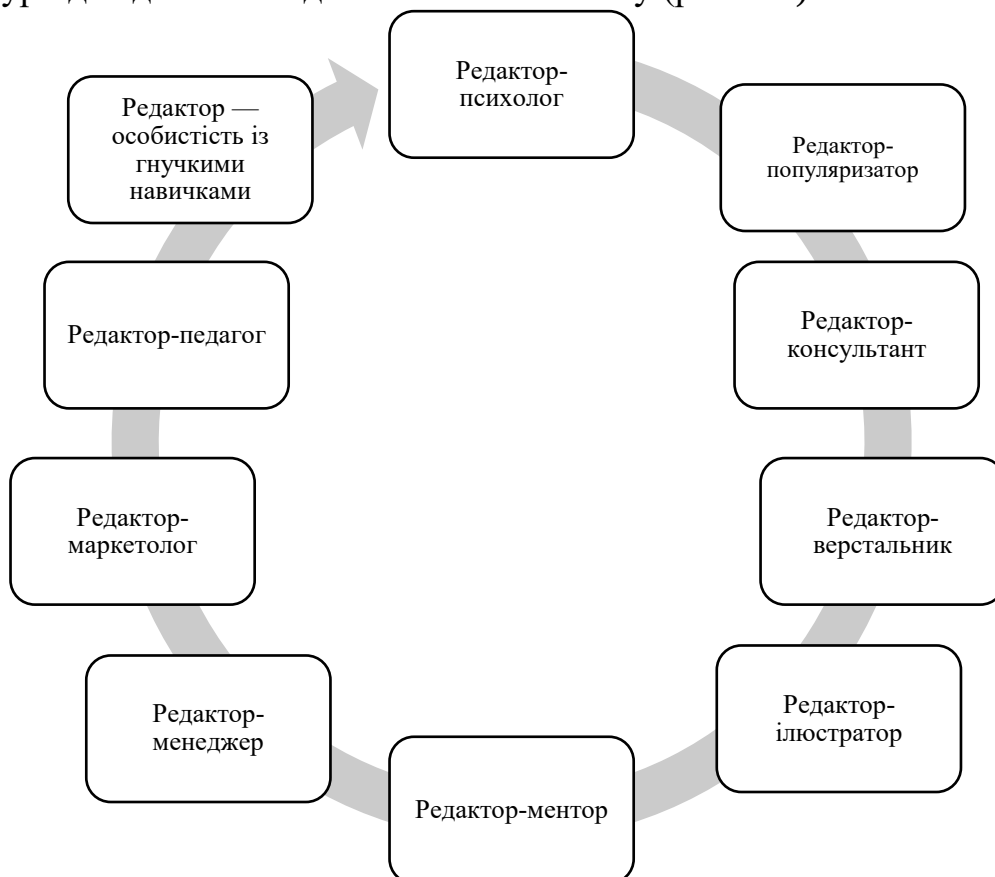


Рис. 2.2. Професійні ролі сучасного редактора пізнавальної літератури для дітей молодшого шкільного віку

Редактор-психолог. Зважаючи на положення нормативних документів видавничої галузі, згідно з якими читачів за віковою категорією розподіляють на чотири групи [66], редактор мусить чітко усвідомлювати портрет комуніката пізнавальної літератури. Це дитина, котра розпочала засвоювати вагомі наукові знання, однак ще не готова сприймати їх без пояснень, порівнянь, ілюстрацій. Учень цього віку активний, він опановує навички, прагне до соціалізації.

Провідним в емоційному інтелекті учня молодшого шкільного віку є соціальнокомунікаційний компонент [67], тобто він використовує емоції для соціальної взаємодії. Дитина цього віку схильна співпереживати та співчувати,

здатна відчувати емоційний стан іншої особи, ставити себе на місце інших, тобто прагне емоційної ідентифікації. Саме тому редакторові варто дбати про ціннісний компонент пізнавального видання, щоб читач міг правильно зчитати когнітивні, поведінкові та соціальні прояви героя та сформулювати власне емоційне ставлення.

Текстове наповнення пізнавальної книги стає для цього адресата об'єктом вивчення інформації, тому варто подбати про доцільність тематичної палітри, якість мовного оформлення, застосування принципів поліпшення засвоєння знань. Редактор має розширювати спектр тем дитячих текстів, пропонуючи авторам розкривати цікаві й актуальні питання, що стосуються шкільного навчання, розваг, тваринного та рослинного світу, географії рідної країни та визначних місць світу тощо. Нині більшість інформації — у вільному доступі, тож слід добирати ті факти, що будуть для дитини новими й актуальними. Варто уникати складних для реципієнта термінів, надмірної описовості, стереотипізації, застарілої інформації.

Редактор має пам'ятати про індуктивність як провідну рису розвитку психіки дитини молодшого шкільного віку. Це означає, що читач сприймає інформацію поступово: від конкретних знань про предмети, що його оточують, до складних термінів і комплексних понять; від аналізу й оцінки фактів до узагальнення і самостійного виведення.

Редактор-популяризатор. На нашу думку, популяризація знань має стати пріоритетом у роботі редактора, оскільки саме він відповідає за адаптацію знань до особливостей дитячого сприйняття. На цьому наголошує й Е. Огар, вказуючи, що автором Автором (тобто фахівцем із великої літери) робить його талант правильно вибудовувати адресований дітям наратив, а для цього потрібен як художній хист, так і популяризаторський талант [60].

Оскільки читач — учень молодшого шкільного віку, важливо знайти методи індивідуального підходу до нього, з'ясувати, як дотримуватись балансу між інформативністю та водночас легкістю, зрозумілістю викладу. Нині, коли перед дітьми постає вибір між комп'ютерними іграми та читанням

книжок, а вибір цей часто на користь першого, актуально створювати якісні книги, що приваблювали б читачів. Саме зрозумілий і яскравий дизайн і водночас інформаційно насичене та художньо спрощене наповнення є формулою успіху дитячої книги. Фахівцеві варто впроваджувати в тексти приклади з літератури, народної творчості, побуту; пропонувати тематичні рубрики; дбати про лінійність викладу, причинно-наслідкові зв'язки; наводити запитання. Вдалими будуть інтерактивність, роз'яснення на дослідах і через ситуації з дитячого життя, діалогічність, гумор.

Виклад матеріалу має бути доступним за формою та наповненням, добиратися з урахуванням вікових особливостей комуніката. Правильне застосування в пізнавальній книзі прийомів популяризації показує високу якість її підготовки та може бути значною підставою для її перевидання.

Редактор-консультант. Посереднику в пізнавальній книзі варто прагнути до універсальності, однак важливо при цьому не втратити якість роботи. Всього знати не можна, оскільки з'являються нові дослідження, розвідки, підходи щодо психології учнів молодшого шкільного віку та пізнавальних книг для дітей. Задля підвищення фаховості редактор може консультуватись із психологами, педагогами, мовознавцями. Однак він теж є консультантом для авторів, оскільки пропонує їм актуальні способи поліпшення рукопису, розширення тематичної палітри; дає поради щодо структури, наповнення, оформлення тексту; його мови та стилю.

Редактор-верстальник. Редактор пізнавальної книги для молодших школярів має розуміти психологічні особливості читача: він хоче отримувати знання, однак потребує їх специфічного викладу. Так, текст варто набирати шрифтами великих кеглів, які передбачають довгий рядок, не використовуючи кольорові фарби та виворітні шрифти.

Сторінку не можна перевантажувати основним текстом, тому він має бути лаконічним і водночас надавати потрібну інформацію. Редактор має контролювати дотримання в тексті майбутньої пізнавальної книги норм щодо пробілів, технічних правил переносу, заголовків тощо.

Посередник у пізнавальній книзі повинен володіти такими навичками:

- знання правил підготовки та друку книг залежно від вікової групи читачів (табл. 2.1.);
- базова комп'ютерна грамотність;
- вміння користуватися програмами верстання (як-от «Adobe Indesign», «QuarkXPress», «PageMaker», «Scribus», «Microsoft Publisher», «Apple Pages» тощо);
- зорова пам'ять (уміння помічати помилки поза запропонованими системами автоматичного коректування та перевірки правопису).

Таблиця 2.1

**Порівняльна характеристика вимог
до друку видань для дітей різних вікових груп***

Параметри порівняння / вікова група	Вік читачів	Кегль для основного тексту	Рекомендована ілюстративність видання	Кількість переносів на сторінці
Перша	До 6 років	14 і більше	50 % і більше	до 4
Друга	Від 6 до 10 років	14 і більше, а для учнів III-IV класів 12 і більше	35 % і більше	до 8
Третя	Від 11 до 14 років	10 і більше	35 % і більше	до 12
Четверта	Від 15 до 18 років	9 і більше	—	до 12

* Примітка. Адаптовано за [68].

Серед актуальних для нього додаткових умінь:

- грамотна та швидка робота з растровими та векторними графічними редакторами («Adobe Photoshop», «Adobe Illustrator», «Inkscape», «CorelDRAW», «Corel Photo-Paint» тощо);

- володіння естетичним смаком;
- розуміння основ класичної типографії;
- використання ретуші та кольорокорекції.

Швидкий поступальний розвиток інформаційної галузі, видавничої справи, поліграфії зумовлює необхідність для редактора опановувати прийоми та методики роботи, розвивати професійно важливі якості та шукати сучасні ефективні способи виконання функціональних обов'язків.

Редактор-ілюстратор. Пізнавальна книга для дітей молодшого шкільного віку неодмінно має містити ілюстрації, бо вони поглиблюють зміст видання, розкривають його головну думку й ідею, активують почуття й емоції дитини, сприяючи її художньо-естетичному розвитку.

Узявши в руки книгу, дитина спочатку оцінює її ілюстрації; якщо вони привернули увагу, зацікавили, то книга буде прочитана. Тому зображення для дітей молодшого шкільного віку мають бути яскравими та наочними, проте водночас реалістичним.

Юному читачеві бракує життєвого досвіду, щоб повноцінно уявити описане автором. Саме ілюстрація стає способом «побачити» текст і заохоченням опановувати навички читання. Однак не варто спрощувати ілюстрацію, робити її надмірно мультиплікаційною.

Радимо використовувати різні форми: сюжетні зображення, карти, креслення, діаграми, схеми, фото. Кольорове рішення для оформлення дитячої пізнавальної книги має бути виразним і привабливим. Доречно поєднувати пастельні кольори, що заспокоюють нервову систему читача, зі стандартними — з колірних моделей CMYK (для друкованих книг) і у RGB (для електронних).

Редактор має подбати, щоб зображальний матеріал доповнював текст, сприяв кращому запам'ятовуванню, а не відволікав дитину. Підпис має супроводжувати кожен рисунок, оскільки лише так можна досягнути його інформативності. У пізнавальній книзі слід подавати саме кольорові зображення, що мають більші емоційні та декоративні можливості.

Редактор-ментор. У сучасному видавництві редактор дитячої літератури постає керівником, учителем, наставником, вихователем і наглядачем, координатором, організатором, психологом, а отже — ментором. Спілкуючись з авторами та колегами, він встановлює ділові зв'язки, допомагає вирішувати психологічні питання, ділиться знаннями та досвідом, критикує та радить, допомагає в професійному чи діловому зростанні через рефлексію. Як фахівець у галузі видавничої справи та редагування посередник у пізнавальній книзі повинен

- мати професійні знання та вмінні, за допомогою яких ефективно співпрацюватиме з авторами;
- володіти теоретичними та практичними знаннями, знати, як застосовувати їх у роботі;
- бути в контакті з автором, щоб вибудовувати умови для його професійного зростання;
- використовувати інноваційні методи взаємодії з читачем, враховуючи психологічні особливості його розвитку;
- постійно шукати нові форми підвищення своєї кваліфікації.

Редактор-менеджер. Посередник у пізнавальній книзі має вміти спілкуватися з людьми, вести з ними перемовини, досягати компромісу та згоди. Редактор як менеджер може керувати конкретним видом діяльності, функцією чи навіть групою людей, забезпечуючи ефективність видавництва. Він також має володіти спеціальними психологічними знаннями, щоб підтримувати сприятливе робоче середовище; розуміти потреби керівництва та персоналу; застосовувати творчий підхід у професійній діяльності; вміти пристосовуватися до організаційних трансформацій та результативно впливати на них.

Редактор пізнавальної книги, як і менеджер, має відповідати таким вимогам:

- системність і стратегічність мислення;

- гнучкість;
- адаптованість;
- аналітичність розуму;
- здатність до компромісу;
- схильність до аналізування;
- уміння визначати психотип співрозмовника;
- наявність розвинених комунікативних здібностей;
- спроможність розв'язувати нестандартні проблеми;
- готовність відстоювати свою точку зору;
- вміння слухати та чути;
- стресостійкість;
- лідерські якості тощо.

Редактор-маркетолог. В умовах сучасного економічного спаду конкуренція поміж видавців загострюється, а за увагу покупця потрібно боротися, тому виникає потреба в урізноманітненні рекламної діяльності. Нині побудова правильної маркетингової стратегії — це умова досягнення ринкових цілей.

Видавничий маркетинг полягає у вивченні книжкового ринку та цільової аудиторії, плануванні та розробленні комплексу промоційних заходів.

Редактор може виконувати такі завдання маркетингової політики видавництва:

- знаходження авторів;
- визначення актуальних для читацької аудиторії тем;
- надання пропозицій стосовно розроблення концепції видання;
- пошук шляхів збільшення послуг підприємства;
- використання маркетингових досліджень у практичній діяльності тощо.

Редактор-педагог. Якісна пізнавальна книга має не лише навчати та розважати, а й виховувати, наголошуючи на моральних цінностях і дотриманні

правил поведінки. Книга, опрацьована фаховим посередником комунікації, вчить поважати людей, надаючи приклади з літератури та народної творчості; дбати про природу, наголошуючи на сучасних екологічних проблемах тощо.

Автор закладає у видання ті загальнолюдські та національні цінності, які зчитає молоде покоління. А редактор дбає про розширення читацького культурного середовища, виховання доброї та милосердної особистості, популяризацію культурних надбань світової спільноти.

Редактор — особистість із гнучкими навичками. Зважаючи на складність професії, редактор має володіти такими якостями: чесність; доброта; порядність; прагнення до нових знань (постійне самовдосконалення); критичність (запорука професійного розвитку); скрупульозність (точність у роботі); дисциплінованість (уміння визначати цілі, способи досягнення, терміни виконання); цілеспрямованість (запорука високоякісного результату); гнучкість мислення (здатність підібрати влучні слова-замінники, пропонувати концепції подання матеріалів у пізнавальній книзі), моральність (дотримання норм поведінки); толерантність (повага до недосконалих авторських матеріалів і прагнення поліпшити їх разом); милосердя (бажання передати читачам позитивні імпульси через слова).

Отже, сучасний посередник у пізнавальній книзі має широкий спектр завдань і функцій, що й впливає на різноманіття його професійних ролей. Однак такий фахівець насамперед має бути тим універсальним працівником, котрий дбає про наповнення, функціонування та взаємодію книги з читачем.

2.3. Комунікат у пізнавальній книзі

Традиційним у літературно-видавничій комунікації адресатом є читач. У контексті пізнавальної книги читачем постає дитина молодшого шкільного віку, яку приваблює поєднання енциклопедичності з художніми стратегіями, притаманне цій літературі [69]. Щоб створити комунікативно ефективне видання, необхідно вибудовувати його змістове, тематичне та смислове

наповнення з урахуванням особливостей психології, рівня інтелектуального розвитку й інформованості читача.

Сучасний молодший школяр перебуває в системі соціально-політичних й економічних змін, що переживає Україна. Російсько-українська війна актуалізувала проблеми, пов'язані з духовним життям людини (відчуження одне від одного, брак спілкування, жорстокість, несправедливість, байдужість тощо), та загострила суперечність між загальнолюдськими цінностями та цінностями окремих спільнот. Молодші школярі потребують особливої уваги, адже саме в цей період вони

- формують свою особистість;
- розвивають мислення, увагу та пам'ять;
- вибудовують емоційну сферу та культуру почуттів;
- набувають першого морального досвіду;
- визначають ціннісні орієнтири [70].

В. Мартиненко зауважує тенденцію до погіршення якості читання та розуміння учнями молодшого шкільного віку пізнавальних текстів, яку можна пояснити недостатнім розкриттям у фаховій літературі методик їх опрацювання, ускладненням їхньої структури та змісту, а також прогалинами в підготовці та системі підвищення кваліфікації вчителів початкових класів [71]. Ці труднощі ми пов'язуємо з недостатнім застосуванням прийомів популяризації інформації в зазначених книгах, браком орієнтації на життєвий досвід читача та його психологічні особливості.

Учень молодшого шкільного віку має незначний читацький і життєвий досвід, специфічний словниковий запас, прагне набувати нових знань. Він входить у світ дорослих, адаптується до норм і правил поведінки, набуває іншої соціальної ролі, освоює навчальну діяльність. Ці трансформації зумовлюють нові емоційні переживання на межі суб'єктивного й об'єктивного, що впливають на його цілісний психічний розвиток.

Задля моніторингу переживань сучасного молодшого школяра Н. Дмитріюк запропонувала 47 учням четвертих класів малюнковий тест «Дім.

Дерево. Людина», розроблений американським психологом Дж. Баком [72]. За допомогою дитячих проєктивних малюнків дому, дерева та людини дослідниця виявила рівні прояву емоційних переживань за симптомокомплексами (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Рівні прояву емоційних переживань за симптомокомплексами*

Симптомокомплекс	Рівень прояву симптомокомплексу емоційних переживань		
	Низький	Середній	Високий
Незахищеність	8 (17 %)	28 (59,5 %)	11 (23,4 %)
Тривожність	9 (19 %)	29 (61,7 %)	9 (19 %)
Недовіра до себе	8 (17 %)	29 (61,7 %)	10 (21,2 %)
Почуття неповноцінності	8 (17 %)	31 (65,9 %)	8 (17 %)
Ворожість	10 (21,2 %)	27 (57,4 %)	10 (21,2 %)
Конфліктність	9 (19 %)	27 (57,4 %)	11 (23,4 %)
Проблеми у спілкуванні	9 (19 %)	29 (61,7 %)	9 (19 %)
Депресивність	8 (17 %)	30 (63,8 %)	9 (19 %)

* Примітка. Адаптовано за [72].

У молодших школярів переважає середній рівень прояву симптомокомплексу емоційних переживань, що потребує психокорекції. Оскільки вони ще не усвідомлюють свої переживання та їхні причини, то потребують підтримки та допомоги дорослого (вчителя, батьків, старших родичів). Слід обговорювати проблеми, що спричинюють емоційні порушення, та пояснювати природність і доцільність негативних емоційних станів, зокрема й на базі спільного читання проблемного пізнавального видання.

Для створення якісної пізнавальної книги необхідно враховувати поділ молодших школярів на візуалів, аудіалів, кінестетиків і дискретів за типом сприйняття й оброблення інформації (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Поділ молодших школярів за типом
сприйняття й оброблення інформації**

Параметри порівняння / категорії поділу	Візуали	Аудіали	Кінестетики	Дискретні/диджитали
Канал сприйняття інформації	Зір	Слух	Інші органи чуття (нюх, дотик) і рух	Логіка
Особливості мовлення	Вживають слова, пов'язані із зором (бачу, на мій погляд)	Мовлення наповнене поняттями, що стосуються слуху (чую, голосний)	Застосовують слова, пов'язані із дотиковими відчуттями (торкнутися, взяти)	Мовлення малоемоційне з використанням конструкцій, що стосуються мислення (логічно, погляньмо, отже, тож)
Механізм запам'ятовування	Через картинки, образи; сприймають інформацію самостійно	Через звуки; перепитують інформацію	Через дотикові відчуття; сприймають інформацію через загальне враження	Через логічні зв'язки та факти; відчують труднощі, запам'ятовуючи емоційну інформацію

У пізнавальному виданні ми радимо використовувати всі канали для сприйняття інформації. Однак зауважимо, що найбільшу частку інформації людина, навіть попри поділ на кінестетиків, візуалів, аудіалів, дискретів/диджиталів сприймає зорово [73]. Саме візуалізація, що доповнюватиме текст, здатна зацікавити дитину, утримати її увагу та сприяти кращому розумінню та запам'ятовуванню інформації.

Рушієм внутрішньої активності учня молодшого шкільного віку є емоційність, що стимулює уяву та фантазію. Читаючи пізнавальну книгу, він

розширює текст враженнями, домислами та здогадками, прилаштовуючи смислові акценти твору до свого життєвого досвіду, а також виокремлює факти, розкодовує графічну інформацію та вивчає основні ознаки понять і явищ.

Емоційна зрілість (адекватність емоційного реагування на певні соціокультурні умови) молодшого школяра полягає у

- відкритості переживань;
- розумінні своїх і чужих почуттів й емоцій;
- здатності регулювати поведінку;
- вмінні співпереживати друзям, дорослим, героям книг і мультфільмів;
- можливості організовувати своє дозвілля.

У період молодшого шкільного віку відбувається й розвиток уваги, без якої навчальний процес був би неможливим. Переходячи з дошкільного до молодшого шкільного віку, дитина стає уважнішою, концентрується на темі обговорення й усвідомлено розрізняє цікаві та нецікаві для себе заняття. Увага молодшого школяра пов'язана з розумовою діяльністю, тож він переважно не може зосередитися на невідомому понятті, прагне відволіктися та спрямувати зусилля на відомі, а отже, комфортні образи. Саме тому важливо інтерпретувати нові та складні терміни, образи, поняття та концепти простою та доступною для дитини мовою.

Провідною психічною діяльністю комуніката в пізнавальній книзі є гра. За допомогою неї дитина вчиться взаємодіяти зі світом, наслідує рольові взаємини, опрацьовує обов'язки та правила, розвиває самостійність, незалежність, творчість; гра також зменшує стрес, сприяє пізнавальному, соціальному й емоційному розвитку, формує навички критичного мислення.

Перевагами застосування гри є й активізація учнів, багатофункціональність, додаткова мотивація, простота передавання та засвоєння знань, цікавість форми (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Переваги застосування гри*

Перевага	Зміст
Активізація учнів	Діти емоційно та розумово зосереджені на грі, отримуючи водночас знання
Багатофункціональність	За допомогою гри можна легко пояснити теоретичний матеріал
Додаткова мотивація	Гра мотивує виявляти цілеспрямованість, ініціативність і наполегливість
Простота передавання та засвоєння знань	Дитина добровільно бере участь у грі, тому немає того психологічного тиску, що заважає сприймати інформацію
Цікавість форми	Грі не притаманна жорстка дисципліна та примусовість уваги

*Примітка. Допрацьовано за [74].

Можливості застосування ігрового компонента в сучасній пізнавальній книзі для молодшого школяра стосується словесної гри (словесна піраміда, ребус, речення-лабіринт, лічилка); гри, введеної в сюжет; гри як композиційного елементу; ігрових засобів оптимізації викладу (дидактичні ігри) [29]. Засобом книги можна провести рольову гру (за наявності персонажа), щоб дитина відтворила обрану роль і взяла участь у певній комунікативній ситуації; театралізовану гру (розширена версія рольової гри), щоб читач розкрив свої художні таланти та здібності.

Застосовуючи гру в книзі, авторам, редакторам і видавцям слід подбати, щоб розвага стала не самоціллю дитини, а додатковою мотивацією до читання. Ігровий матеріал має бути якісним і розробленим з урахуванням психологічних, мовленнєвих і мисленнєвих особливостей читацької аудиторії.

На читацьку активність молодших школярів вагомий вплив має їхній широкий доступ до мультимедійних технологій. Діти зараз обирають із різноманіття книжок, які користуються попитом поміж однолітків не лише в

Україні, а й у світі. Їхня мотивація до читання раціональна: задля здобування вищих балів, для отримання нової цікавої інформації, яку можна обговорити з друзями тощо. Коло тем, що цікавить учнів молодшого шкільного віку, стосується винаходів, сучасних технологій, науки, космосу, рослинного та тваринного світу, спілкування з однолітками та розуміння себе. З огляду на російсько-українську війну, зріс інтерес дітей до проблемної літератури, патріотичних й історичних видань.

Працюючи над пізнавальною книгою для читача молодшого шкільного віку, редактор має дотримуватися таких принципів:

- комплексності текстового та графічного вимірів;
- простоти та зрозумілості викладу;
- образності та виразності тематичних зображень, що доповнюють текст;
- цікавості форми подання матеріалів;
- актуальності та змістовності теми;
- досконалості композиційно-логічного, фактологічного та мовного аспектів видання.

Отже, молодший школяр формує словниковий запас, розширює кругозір, розвиває мислення й уяву засобом пізнавальної книги. Акторам видавничої справи слід враховувати психологічні особливості комуніката, щоб змотивувати його до осмисленого читання.

2.4. Матеріальний носій комунікації

Сучасна пізнавальна книга — це видання, що з'єднує інформативну привабливість із захопливим викладом. Завдяки поєднанню правдивості, доступності, зрозумілості й образності вона має вагомий освітній потенціал і розвиває пізнавальний і соціальний досвід молодшого школяра, ефективно надає загальнокультурні знання та формує цілісне сприйняття дійсності.

Попит на цю книгу свідчить про потребу комуніката поглибити знання, з'ясувати своє місце в соціумі та знайти відповіді на запитання. Відповідно, поява якісних пізнавальних видань підвищуватиме рівень освіченості читача, сприятиме його критичному та системному мисленню, допоможе будувати та висловлювати власну думку.

Щоб сформувати комплексне розуміння пізнавальної книги як матеріального носія комунікації, слід вивчити пропозиції сучасного книговидавничого ринку. Так можна оцінити актуальність цієї книги для дітей молодшого шкільного віку, визначити способи популяризації наведеної інформації. Проаналізуємо пізнавальні книги за освітніми галузями (Дод. А), що формують ключові компетентності молодшого школяра [75].

Мовно-літературна. У контексті вивчення української мови та літератури, а також формування комунікативної та читацької компетентностей цікавою є книжка «Спільна мова. Як народжуються і живуть слова» [76] (Дод. Б). Вона покликана розповісти молодшим школярам про мовне розмаїття: діалектизми, пейоративи, демінутиви; відповісти на запитання, що таке «парадичка» чи «оздобня» тощо. Пізнавальний аспект вдало реалізовано в наведенні фактів із різних галузей знань, посиленні на авторитеті джерела.

Цікавими з огляду на психологічні особливості дітей молодшого шкільного віку є елементи «Основний малюнок», який демонструє зміст описаного історичного періоду, та «Знайди в книзі» — малюнок із самої книги, який потрібно віднайти під час читання. Вони сприяють введенню комуніката в контекст й активізують його увагу. Зазначимо сучасний елемент «Штрих-код» — це посилання на сайт із розширеним інформаційним навантаженням до книги. Є також елементи «Супровід», що описує факти про зазначений період і вказує на психологічні моменти, розкриті в книзі; «Лінія часу», що визначає проміжок події до чи після Різдва Христового; «Підказка», що пояснює зображене на картці.

Ось як цікаво А. Левкова пояснила читачам, що таке демінутиви: «це коли до вас звертаються не Олесю, а Олесенько, Лесюню, не Юрію, а Юрчику,

Юрку, а то і Юрчення, а ви, наприклад, кажете мамі мамусько, а татові татуню, татусю, чи як там у вас іще прийнято» [76, с. 16], водночас вказуючи, що це «зменшувально-пестливі форми» [76, с. 16] слів. Бачимо наведення прикладів, інтимно-дружню тональність спілкування, чітку орієнтацію на адресата, врахування його життєвого досвіду. Також у книзі вказано джерело кожної цитати, щоб можна було прочитати повний текст, і приклади з інших мов з українським перекладом. Зауважимо, що авторка вводить у книгу слова «фейспалм» (жест як прояв розчарування), «трушний» (справжній), аби говорити з аудиторією її мовою. Доречним у пізнавальному виданні є гумор: «коли Григорій Квітка-Основ'яненко пише: “Ївга все... на ус мотала” — чи це він має на увазі, що Ївга мала вуса? Мабуть, таки ні — тут ідеться про те, що Ївга все запам'ятовувала» [76, с. 148]. Саме позитивні емоції та яскраві аналогії допоможуть зрозуміти значення цього фразеологізму.

Мовленнєво-творчі здібності розвиває і видання «“Ї”. Особлива буква» [77] (Дод. В). Воно підкреслює унікальність літери «ї», історію її заборон. Усі зазначені вище елементи теж є в цій книжці. Прикладом пізнавальної інформації можемо вважати наведення фактів: «У сиву давнину Ї виводили пером, її називали “ижеи”. Потім Ї почали друкувати» [77]. Доречне і введення персонажа шестиричної Ївги, котра вчиться писати букви; добір слів «їжак», «їдальня», «їхати» для закріплення вивченого матеріалу.

Математична. Для створення математичної компетентності та розвитку мислення доречне видання «Аліса в Країні Математики» [78] (Дод. Г), яке вводить читачів у яскравий світ математичних пригод разом із персонажами казок Льюїса Керролла «Аліса в Країні Див» та «Аліса в Задзеркаллі». У книзі є тематичні ілюстрації та доречних шрифтові виділення; кумедні репліки (про білого кролика чорного кольору), гра слів (про збирання грибів-свинух для лошат, які хворіють на свинку), метафори (математика як вигадка без омани); є й міжпредметні зв'язки (легенда про Фалеса, згадування поета Хаяма й астронома Кеплера). Із видання учень дізнається про парні та непарні числа, принципи додавання та множення, перші креслення й обчислення тощо.

Досліджувати ситуації із застосуванням математичних методів, розробляти стратегії дій для розв'язання різноманітних проблем молодшого школяра вчить видання «#щотакематематика?» [79] (Дод. Д). Автор Кузько Кузякін одразу зацікавлює адресата гумористичним вступом, де зауважує, що книга написана для тих, хто математику якраз не любить, а ще в ній можна знайти щонайменше дві помилки, вона має малу масу та формат тощо, тобто бачимо застосування цікавого нині жанру «шкідливі поради». Видання має діалогічний виклад, автор описує факти через призму свого життєвого досвіду, тому постає для читача другом і порадником, якому можна довіряти.

У цій пізнавальній книзі помітили завдання на розвиток дрібної моторики рук (потрібно скласти аркуш удвоє, щоб переконатися, що це неможливо зробити понад сім разів поспіль). Ця інформація активізує мисленнєвий процес читача, заохочує висловити свої припущення та перевірити їх практично.

Природнича. Формувати компетентності в галузі природничих наук, техніки і технологій, а також екологічної компетентності комунікат може засобом видання «Велика книга квітів» [80] (Дод. Е), побудованого за принципом «незвичне запитання — влучна відповідь». У книзі подано маловідомі факти про троянди, маки, орхідеї, кактуси й інші звичні й екзотичні квіти. Нові терміни пояснено зрозумілою для дитини мовою: наприклад, нектар витрактують як солодку поживу, якою квітка приваблює запилювача. Наведено й цікаві факти, як-от «у бджіл є невеликі оточені волосками порожнини на задніх лапках — туди вони збирають пилок» [80, с. 11].

Усвідомити розмаїття природи та необхідність відповідально ставитися до неї молодшому школяру допоможе видання «Незвичайна дружба у світі рослин і тварин» [81] (Дод. Ж), що поєднує соціальну та природничу тематику. Герой книги — кіт Гомер, який, прагнучи знайти справжнього друга, вирушає на пошуки та зустрічає багатьох незвичних кандидатів: мурах, попелиць, рибу-прицепу, акулу, вовка, ворона, лелеку, горобця, слонову черепаху тощо.

Дізнаючись про них більше, герой пізнає й основи взаємодопомоги, підтримки та безкорисливості.

Науково, оригінально та доступно для молодшого школяра описано тему симбіозу: наприклад, розказано, що шлунок корови є домом для бактерій, необхідних їй для перетравлювання рослинної їжі. Читачеві запропоновано пройти тест, щоб визначити, до якого типу друзів він належить (наприклад, для типу «Креветка» характерна відкрита та чуйна дружба, а для типу «Мурашка» — короткотривалі зустрічі без пустих балачок).

Технологічна. Тематиці техніки та технологій присвячене видання «Професор Астрокіт і неосяжний Космос» [82] (Дод. И). Насамперед увагу читача привертає оригінальна обкладинка, яка зображує незвичного головного героя — професора Астрокота.

Заголовки видання вдалі, наприклад, «Як працює ракета», «Дещо про Місяць». Шрифт великого кеглю та широкі пропорції сторінки сприяють кращому засвоєнню пізнавальної інформації. Ілюстративний матеріал стосується тематики видання. Це художньо зображені макети ракет, скафандрів, місячних модулів. Бачимо єдину концепцію ілюстрування: зображення виразні, з емоційним наповненням, виконані в одній кольоровій гамі.

Провідним засобом популяризації тут є порівняння: «Це спрацювало, ніби постріл з рогатки — корабель з неймовірною швидкістю помчав до Місяця» [82]. Бачимо вдале застосування гумору: «Кому дегідратований мілк-шейк?» [82].

Утілити творчий задум у виріб, подбати про свій побут, використати технології для самовираження допоможе пізнавальна книга «Інженерія. Класна наука» [83] (Дод. К). У ній ми зауважили різноманіття мотиваційних завдань:

- «Ланцюжки слів» (занотувати ключові слова, що описують певну проблему);
- «Розбивай» (розділити проблему на менші частини);

- «Уникни проблеми» (придумати, як запобігти виникненню кожної частини великої проблеми);
- «Усунь наслідки» (визначити, як позбутися наслідків проблеми, якщо запобігти їй неможливо);
- «Удоскональ» (покращити готові рішення).

Інформатична. Для формування інформаційно-комунікаційної компетентності молодших школярів, котрі цікавляться програмуванням, актуальною буде книга «Scratch для дітей. Веселий вступ до програмування з іграми, малюнками, фактами і математикою» [84] (Дод. Л). У виданні описано візуальну мову програмування «Scratch», за допомогою якої можна створювати інтерактивні проєкти (анімовані оповідання, презентації, ігри тощо). Автори наводять зрозумілі для комуніката аналогії: «Програмування у Scratch чимось нагадує забавку з кубиками “LEGO”, адже тут вам також доведеться скласти кольорові блоки» [84, с. 3].

Темі створення інформаційних продуктів для ефективного розв’язання проблем, творчого самовираження засобом цифрових пристроїв присвячена книга «Пригоди у Країні програмування. HELLO RUBY» [85] (Дод. М). Видання складається з двох частин: розповіді про пригоди героїні Рубі та Книги Завдань, які розвивають допитливість, грайливість і логіку читача. Наприклад, за допомогою завдання «Послідовність» читач засвоїть правильний порядок чищення зубів і запам’ятає, що слід використовувати горошинку зубної пасти, чистити кожен зуб і ретельно полоскати ротову порожнину.

Соціальна та здоров’язбережувальна. Актуальною для формування соціальної компетентності, самостійності через особисту ідентифікацію, збереження власного здоров’я є книга «Тіло людини зовні» [86] (Дод. Н). Ця пізнавальна книга покликана пояснити читачам взаємодію людини зі світом, роботу її органів чуття, особливості сприймання інформації на смак, слух і запах.

Щоб зацікавити читача, використано цікаві факти: «Щодня ми кліпаємо 25 000 разів, хоча немовлята роблять це рідше» [86]. У темі «Взаємини» помітили цікавий розважальний елемент — завдання з оптичними ілюзіями. Наприклад, потрібно знайти тигра, що приचाївся на жовто-коричневому тлі. Такі експерименти приваблюють дитину, а успішний результат їхнього виконання дарує задоволення.

За допомогою ж пізнавальної книжки-гри «Тіло людини» [87] (Дод. П) комунікат навчиться дбати про своє здоров'я та безпеку, робити аргументований вибір на користь здорового життя. Видання пропонує читачеві подорож людським тілом, під час якої можна дізнатися безліч таємниць роботи цього досконалого механізму. Читач має пройти лабіринтами, щоб дізнатися, наприклад, як кров циркулює артеріями та венами. Вважаємо таке подання доречним і цікавим для читача, адже це розвиває його мислення й уяву, унаочнює інформацію, тренує дрібну моторику рук.

Громадянська й історична. Війна росії проти України спричинила потужний інтерес молодших школярів до пізнавальної книги на військову тематику. Тему дитячих переживань, спричинених бойовими діями, розкрито в книзі «Мої вимушені канікули» [88] (Дод. Р). Це історія про маленьку Віру, котра ховається у підвалі від обстрілів; разом із мамою топить сніг, коли зникає вода, та співає, коли зникає світло та тепло. У сюжетну канву органічно вплетено поради та заспокійливі практики психологині С. Ройз. Страшні теми авторка описує дитячою мовою, беземоційно та безоцінно: «Каже, що від радіації помирають» [88], «А зараз у горлі пересохло. Тато каже, що це через страх, тому треба глибоко дихати. Вдих-видих, вдих-видих» [88].

Формуванню громадянської компетентності, ідентичності та готовності до змін за допомогою осмислення зв'язків між минулим і сучасним, а також тематиці життя і смерті, голоду та Голодомору присвячено видання «Скрина» [89] (Дод. С). Книга, окрім тексту й ілюстрації, містить й розроблені освітянами, істориками та психологами історичні бекграунди (відомості про

описаний історичний період), елементи психологічного супроводу (коментарі психологів і рекомендації щодо обговорення важливих моментів і проблемних питань), запитання до тексту (система запитань, які дадуть змогу осмислено та глибоко пропрацювати текст із дитиною).

Авторка К. Єгорушкіна описує людство як плоди єдиного дерева життя: «Хтось іще пуп'янок-немовлятко. Інший — квітка-дитинка. Хтось — зелений плід, а хтось — стиглий» [89]. Таке метафоричне й образне трактування буде доречним для учня молодшого шкільного віку, адже покаже йому людство як єдину та злагоджену соціальну спільноту.

Мистецька. Художньо-образне й асоціативне мислення, емоційно-чуттєвий досвід, а також культурну компетентність комуніката розвиває книга «Як розуміти мистецтво» [90] (Дод. Т). У ній автори розповідають про мистецтво та митця, світло та тіні, кольори, оптичні ілюзії, мистецькі напрями тощо. Автори зацікавлюють читача фактами, цитатами; тематичними зображеннями та кольоровими фотографіями; приваблюють діалогічністю викладу («Наша книжка оповідає про безліч різних типів картин. Хочеш дізнатися, які матеріали використовують для їх створення?» [90, с. 12]).

Фізкультурна. З усвідомленням важливості соціальної компетентності, мотивації комуніката до занять фізичною культурою та спортом створено видання «Велика книжка про спорт» [91] (Дод. У), за допомогою якого читач дізнається про види спорту, особливості гральних майданчиків, відомі змагання, рекорди тощо.

Провідним прийомом привернення читацької уваги у цій книзі є наведення цікавих фактів: «Ти знав, що на Олімпійських іграх якось влаштували змагання з підводного плавання? Або що Мессі здобув 32 титули (всі, окрім Кубка світу)...» [91].

Отже, сучасна пізнавальна книга сприяє формуванню в учня молодшого шкільного віку комунікативної, читацької, математичної, природничої, екологічної, технологічної, інформаційно-комунікаційної, соціальної, громадянської компетентностей. Автори використовують у ній як рух від

відомого до невідомого, ефект присутності читача, введення персонажів, систему міжпредметних зв'язків, так і комбінацію гумору та факту, запитань тощо. Також вони застосовують діалогічність мовлення, яскраві тематичні ілюстрації, рубрикацію, шрифтові виділення. Звертаючись до таких механізмів, слід зважати, що головним є подання правдивої, актуальної інформації, її творче осмислення та пристосування до потреб і можливостей сприйняття дитини.

Під час створення пізнавальної книги варто не лише використовувати вказані методи привернення уваги та поліпшення сприйняття інформації, а й пам'ятати, що усвідомлений підхід до написання книги з урахуванням психологічних особливостей читачів, занурення в тему дослідження є пріоритетними. На нашу думку, саме комплексне застосування описаних прийомів сприятиме наповненню ринків якісною літературою, що вчитиме дитину аналізувати, формувати власне ставлення, запам'ятовувати прочитане.

Пізнавальна книга є соціальнокомунікаційним актом із категоріями комунікант (автор), посередник (редактор), комунікат (читач-дитина). Її комунікативна ефективність можлива лише за врахування особливостей кожного комунікатора.

Сучасний автор пізнавальної книги формує в читачів позитивну мотивацію до навчання, розширює їхній кругозір; транслює суспільний досвід. Він також має такі комунікаційні ролі: конфліктний; надмірно амбіційний; загадковий; такий, що маніпулює; відсторонений; надзвичайно обізнаний; нерішучий; допитливий; балакучий; конструктивний. Редактор теж виконує широкий спектр завдань і функцій, що й впливає на різноманіття його професійних ролей (психолог, популяризатор, консультант, верстальник, ілюстратор, ментор, менеджер, маркетолог, педагог, особистість із гнучкими навчаннями). Учень молодшого шкільного віку особливий тим, має незначний читацький і життєвий досвід, специфічний словниковий запас, прагне

набувати нових знань. Він входить у світ дорослих, адаптується до норм і правил поведінки, набуває іншої соціальної ролі, освоює навчальну діяльність.

Молодший школяр вибагливий у виборі книги. Тобто мало зробити лише привабливу обкладинку, забувши про зображення всередині. Або ж написати текст, не подбавши про його виразність і яскравість. Тому інформаційне наповнення книги має бути актуальним, перевіреним, адаптованим до бази знань читача. Зображальний матеріал повинен не лише супроводжувати текст, а й унаочнювати складні для розуміння деталі, уводити в контекст описаного, щоб читач міг краще засвоїти інформацію.

З огляду на те, що кожен учасник цієї літературно-видавничої взаємодії нерівноправний за віковими та професійними критеріями, якісне видання як матеріальний носій комунікації — це, безумовно, синергія та компроміс між ними. Головне під час взаємодії пам'ятати, що головним стимулом обрати книгу залишається любов до читання. І саме прищеплення цієї важливої навички є першочерговим завданням книговидавничої справи, школи та людства загалом.

РОЗДІЛ 3

СТВОРЕННЯ ПОДКАСТУ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ДИТЯЧОЇ КНИГИ

3.1. Подкаст як формат комунікації

Стрімкий розвиток сучасних інформаційно-комунікаційних технологій впливає на зміну трендів не лише на ринку товарів і послуг, а й у медійному середовищі, що й сприяє пошуку нових форм, методів і жанрів подання інформації. Ефективні трансформації в медійному дискурсі можливі лише з розумінням потреб аудиторії, ритму її життя, особливостей сприйняття тощо. Наприклад, зростає частка тих, хто отримує інформацію із соціальних мереж; поміж них найактивнішою є молодь (18–29 років) [92] (рис. 3.1).

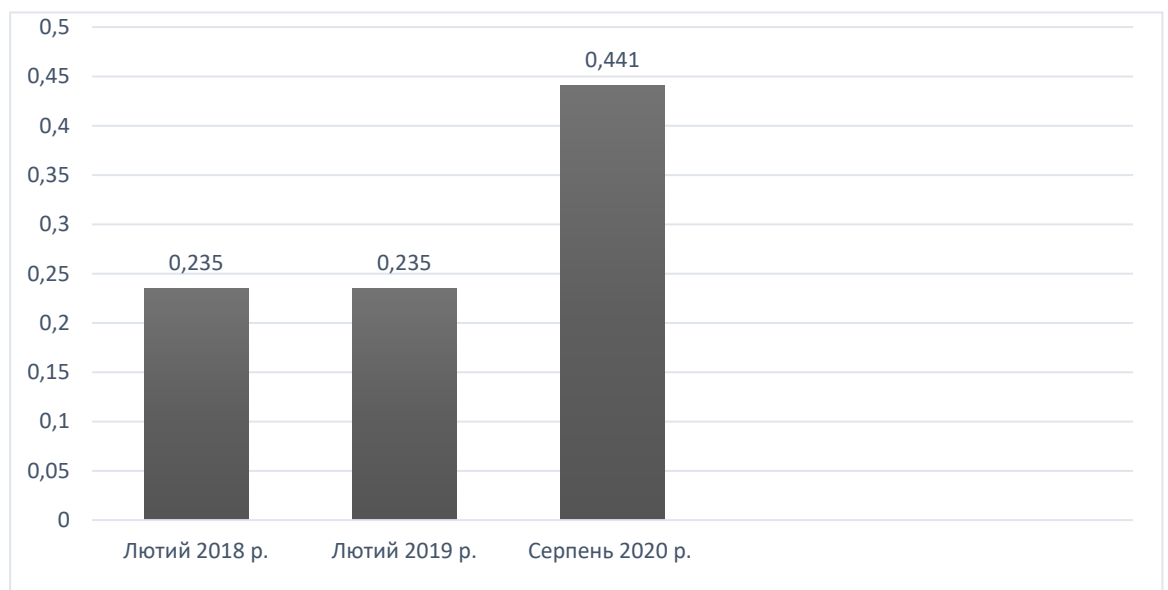


Рис. 3.1. Частка тих, хто отримує інформацію з соціальних мереж (допрацьовано за [92])

Ця тенденція спонукає акторів медійного середовища розвивати нові типи мережевого контенту, серед яких — подкаст, що вирізняється зручністю для користувача:

- не вимагає постійної уваги;
- не встановлює часові обмеження;
- надає широкий діапазон тем для формування власного плейлиста.

Популярність аудіального контенту ми можемо пояснити його доступністю та відповідністю темпу життя сучасної людини. Наприклад, їй складно поєднувати перебування в заторах або виконання хатніх справ з читанням газет і журналів. У контексті віялових й аварійних відключень світла, а також перебування в укриттях під час ризику авіаудару чи запуску ракет теж актуально отримувати інформацію у форматі аудіопотоку, поєднуючи так кілька справ одночасно.

Важливо розрізняти терміни «подкаст» (аудіо- чи відеофайл або ж серія цих файлів, які демонструють ставлення мовця/мовців до певної теми/тем і розміщені в мережі для масового прослуховування; медіапродукт, який складається з серії випусків) і «подкастинг» (спосіб транслювати інформацію як аудіо- чи відеофайли). Сукупність подкастів формує новітнє комунікативне середовище — подосферу.

Формат подкасту актуальний для багатьох потенційних продуцентів:

- журналістів (дає змогу глибше розкрити важливу для аудиторії тему, започаткувати дискусію, розширити межі редакційної політики);
- блогерів (допомагає розвинути експертність, зблизитися зі слухачами, залучити нових рекламодавців);
- радіостанцій (розміщені в мережі випуски можна прослуховувати в зручний час, тож так можна залучити нову аудиторію та розширити залученість наявної);
- бізнесу (подкаст є ефективним маркетинговим каналом з огляду на тривалість контакту слухача з епізодом, а також засобом побудови лояльності й отримання іміджевого та репутаційного ефекту);
- громадських ініціатив (дає можливість популяризувати ідею та залучити небайдужих до своєї діяльності);
- креативної індустрії (є засобом ознайомлення широкого загалу з мистецтвом і засобом привернення уваги до важливості системних змін у галузі культури) тощо.

У науковому дискурсі немає єдиного погляду на типологію подкастів, однак переважно виокремлюють три основних групи: аудіоподкаст, відеоподкаст і скрінкаст.

Аудіоподкаст складається з випусків-аудіофайлів, розміщених у мережі для прослуховування. Особливістю цього типу є те, що користувач сприймає не графічні, а слухові сигнали й образи через слуховий аналізатор. Він залучає механізми уваги та пам'яті, розпізнає, осмислює і групує мовні засоби та на основі цього робить умовиводи.

Щоб досягнути позитивного результату слухання, авторам випусків слід подбати про правильний темп й емоційну виразність мовлення, чіткість дикції, відсутність шумів й інших звукових перешкод.

Відеоподкаст створюють на основі випусків, записаних у відеоформаті та розміщених у мережі для ознайомлення. Сучасний споживач інформації, або ж «людина медійна» загалом звик саме до аудіовізуального контенту, частка якого в медіа зростає. Завдяки екранній природі (реальності та зримості простору) та залученню зорового і слухового каналів сприйняття відеоподкаст ефективно впливає на реципієнта.

Цей тип подкасту може містити дубльований текстовий супровід, комунікаційні елементи (візуальні, візуально-текстові й образно-схематичні), тож необхідно подбати про їхню точність і співвіднесеність реплікам мовця.

Скрінкаст формують, записуючи відомості, виведені на екран комп'ютера чи іншого цифрового пристрою; такий формат може містити голосові коментарі. Це явище постало з огляду на глобальну інформатизацію суспільства загалом, а також комп'ютеризацію освіти зокрема. Скрінкасти набули особливої актуальності під час змін у навчально-виховному процесі на тлі запобігання поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2; актуалізувало їх і дистанційне синхронне й асинхронне навчання в умовах російсько-української війни.

Скрінкасти стали повноцінним засобом освіти та самоосвіти, оскільки ілюструють навчальний матеріал, який може викликати труднощі, та можуть

бути відтворені за потреби в темпі, що задовольняє кожного реципієнта. До того ж вони активізують зоровий, слуховий і моторний канали користувача, а отже, і його довготривалу пам'ять. Щоб досягнути ефективного сприймання, авторам випусків скрінкастів необхідно подбати про попередню підготовку, планування та структурування матеріалу.

Задля ефективного впливу на цільову аудиторію слід обрати доречний формат випуску: наприклад, дружню бесіду, інтерв'ю, сторітелінг, монолог, панельну дискусію, театральний [93, 94]. Дружня бесіда передбачає невимушену розмову трьох-чотирьох мовців за неформальних обставин. Такий формат комфортний і цікавий для слухача, оскільки передбачає позитивний, товариський лад, відсутність чітких меж розмови, показ співрозмовників як багатогранних особистостей тощо. Інтерв'ю ж будують за певним планом. Така розмова зазвичай стосується актуальної теми, має новизну та суспільну значущість. Сторітелінгу притаманна сюжетна оповідь на цікаву тему, тож реципієнт «занурюється» в ситуацію, відчуває широкий спектр емоцій і на їх основі будує стійке враження про почуте. Такий формат аудіоподкасту має значний вплив на емоційну та когнітивну сферу слухача.

Монолог передбачає розгорнуте висловлювання мовця на вказану тематику, що дає змогу глибоко розкрити його особистість для аудиторії. Панельна дискусія потребує залучення співведучих (бажано до шести осіб), котрі за модерування ведучого висловлюють свою думку щодо певної тематики. Слід зауважити, що модератори можуть не погоджувати запитання зі співрозмовниками, щоб зробити розмову максимально живою; однак така стратегія може призвести до плутанини та дискомфорту як мовців, так і слухачів. Театральний формат передбачає максимальну імєрсію користувача, оскільки автор намагається побудувати для нього об'ємний вигаданий світ. Для створення якісного театального випуску необхідно глибоко вивчити контекст бесіди, застосувати творчість, креативність і майстерність. Важливо також відстежувати реакцію аудиторії, щоб вибудовувати успішну комунікативну стратегію.

На нашу думку, у межах як усього подкасту як проєкту, так і у випусках як його складниках слід застосовувати різні формати. Приміром, комбінувати сторітелінг і театральний виклад, щоб досягнути максимального залучення користувача до подкасту; а межа між панельною дискусією та дружньою бесідою загалом доволі умовна та залежить від майстерності ведучого/автора/модератора.

Розроблювати випуски подкасту доречно за таким алгоритмом:

- 1) вибір тематики випуску;
- 2) визначення гостя/гостів, котрі мають досвід із теми (за потреби);
- 3) складання списку тез, про які йтиметься у випуску, або ж підготовка запитань для гостя/гостів;
- 4) запис випуску;
- 5) монтування випуску (видалення зайвого, додавання музичних або спеціальних ефектів);
- 6) публікування випуску на власному сайті чи платформі розповсюдження (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Платформи розміщення подкастів

Платформа	Зміст
«YouTube»	Можна безкоштовно розміщувати свої випуски у форматі відео. Потрібно створити канал
«SoundCloud»	Можна безплатно розмістити 3 години матеріалу у форматі аудіо, а далі використовувати професійні платні пакети. Потрібно створити обліковий запис
«Telegram»	Матеріали можна створювати безпосередньо на платформі або ж завантажувати їх. Потрібно створити канал
«Apple Podcasts», «iTunes» (для користувачів «iPhone») «Spotify» «Google Podcasts»	Для додавання матеріалів потрібно спершу завантажити їх на хостинг й отримати RSS-посилання. Далі опублікувати його на цій платформі та дочекатися проходження модерації. Потрібно створити обліковий запис

Отже, подкаст є засобом інформування в умовах глобалізації інформаційно-комунікаційних технологій. Він збагачує знання мови слухача, надає йому актуальну інформацію щодо різноманітних тем, формує компетентність у сфері медіа- й інтернет-технологій; його перевагами також є автономність, дистанційність, різноманіття форматів (дружня бесіда, інтерв'ю, сторітелінг, монолог, панельна дискусія, театральний, гібридний тощо), а також інтерактивність (можливість коментувати й отримувати зворотний зв'язок; пропонувати запитання до випуску).

Успіх подкасту як сукупності випусків залежить від майстерності ведучого/автора/модератора, дотримання алгоритму розроблення випусків, добору платформи розміщення подкастів з урахуванням особливостей сприйняття цільової аудиторії.

3.2. Розроблення концепції подкасту

Вивчаючи теоретичний аспект пізнавальної книги в системі соціальних комунікацій, ми помітили, що наукові праці з цієї теми зазвичай присвячені розумінню книги як складника культури; проблемі неграмотності та нечитання; структурним і функціональним характеристикам сучасного пізнавального видання; проблемі балансу факту та вигадки в пізнавальній літературі; термінологічній і методологічній плутанині в цій специфічній галузі наукової гуманітаристики; загальним питанням промоції дитячої книги й абстрактному розкриттю психології читача відповідно до його читацьких уподобань. Однак у таких працях не описано практичні питання, наприклад, як прищепити дитині інтерес і любов до літератури; якими є переваги та недоліки сучасної шкільної програми; як родина впливає на формування дитячого читацького інтересу; з якими викликами нині стикається редактор українського та перекладного пізнавального видання; якими є тенденції ілюстрування дитячих видань і як взаємодіяти автору, редактору й ілюстратору тощо. Брак розвідок щодо практичного аспекту дитячого книговидання, а також інтерес до подкасту з огляду на його описані вище

актуальність і перспективність зумовила виведення дослідження у практичну площину саме в такому форматі.

Для створення якісного проєкту, генерування перспективних ідей, швидкого виконання поточних завдань, поєднання різноманітних знань і навичок необхідна команда. До того ж на успіх ідеї найбільше впливає саме фактор людських стосунків, а об'єднання людей у команду є фундаментом сучасного менеджменту проєктів [95]. Тому створити спільний проєкт було запропоновано І. Мельник — магістрантці другого року підготовки кафедри ВС та Р КПІ ім. Ігоря Сікорського, — коло наукових інтересів якої охоплює дитячу книгу (зокрема інтерактивну), формування та розвиток інтересу до читання, а також виховання старших дошкільників засобом літератури. Ми навели такі переваги створення проєктної команди (рис. 3.2).

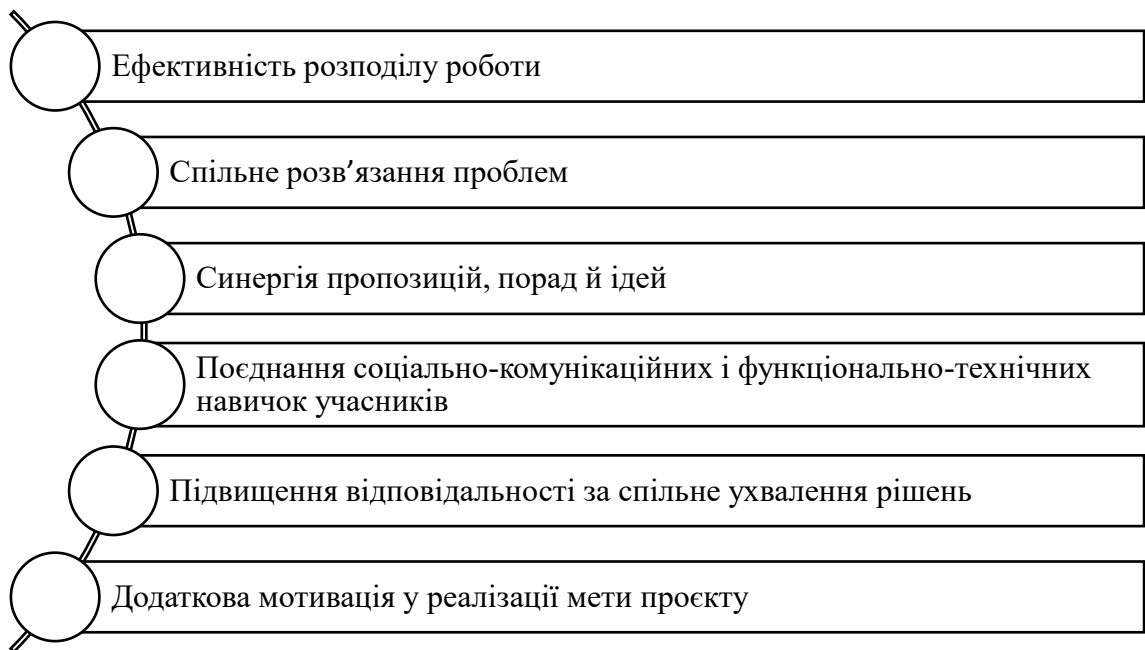


Рис. 3.2. Переваги створення проєктної команди

Створення спільного подкасту розпочали з визначення його тематики. Зауважимо, що встановлюючи тему, варто відповісти на такі запитання:

- Яким є коло ваших інтересів?
- Що, на вашу думку, цікавить потенційну аудиторію? Якими є її запити та як ефективно з нею комунікувати?

- Чи вистачає вам знань і навичок, щоб повноцінно розкрити обрану тему?
- Як можна розширити свої компетентності, щоб якомога ширше охопити запити аудиторії?
- Хто є експертами з обраної теми? Як залучити їх до потенційного проєкту?

Проаналізувавши відповіді на ці запитання, тематикою авторського подкасту обрали дитячу книгу, акцентуючи на пізнавальній й інтерактивній книзі. Головними аспектами обраної теми визначили роль книжки в розбудові родині; причини та шляхи подолання «нечитання»; пошук ефективних способів зацікавлення юних читачів книгою; вплив війни на ринок дитячої літератури; професійні ролі редактора дитячої книги тощо.

Наступним етапом розроблення концепції є з'ясування мети. Загалом автори подкастів започатковують їх із кількох причин, головними поміж яких є ентузіазм, тобто прагнення розвиватися в певній темі, набувати відповідних знань, умінь і навичок, а також ділитися цими здобутками з цільовою аудиторією; або ж прагматичність — подкаст не потребує залучення багатьох інструментів й обладнання та водночас має маркетинговий й іміджевий потенціал.

Мета є важливим складником проєктної пропозиції, за якою потенційний співведучий або гість оцінює відповідність подкасту власним поглядам, цінностям і пріоритетам. Вона також є маркером успішності проєкту, за яким визначатимуть його результативність. Нашу мету окреслили так: продемонструвати, що дитяча література — сучасний перспективний бренд, здатний закохувати в себе дітей, батьків, авторів, видавців...

На цьому етапі з'ясували й назву подкасту — «Критикіт» й означили його проєктом натхнених розмов, започаткованим на ресурсі любові до дитячої літератури. Назву пояснили так:

- разом із науковцями, редакторами, дослідниками, ілюстраторами, авторами Коментуємо Критично літературу для дітей. Тож гра слів і мовні алгоритми лягли в основу нашого ймення:

[крити ~ вважати критикою];

[kit ~ згадувати англійську та читати як «комплект»];

[крити] + [kit] = [комплект критики].

Ще одним кроком є визначення цільової аудиторії проєкту, оскільки це питання є одним з головних у маркетинговій діяльності [96]. Знання портрета майбутніх користувачів допоможе обрати правильну стратегію просування, привернути його увагу в постійному потоці інформації та сформулювати головні меседжі комунікації.

На нашу думку, якісне дитяче видання — це багатоаспектний результат співпраці різних фахівців. Наприклад, науковці створюють розвідки з проблем літературознавства, заповнюють теоретичні прогалини у книговидавничому дискурсі, формують теоретико-методологічну основу співпраці автора та редактора, досліджують вплив книги на особистість тощо; автори закладають цінності та сенси у твір для дитини як культурний продукт; редактори ж з урахуванням теоретико-методологічних рекомендацій контролюють редакційно-видавничий процес, комунікують з усіма його учасниками, формують стратегії розвитку видання. Тож первинною аудиторією проєкту визначили науковців, редакторів й авторів, зацікавлених у поглибленні знань.

Суб'єктами комунікативного дискурсу сучасного дитячого видання вважаємо й педагогів, котрі впливають на когнітивну сферу дитини, а також її читацьку компетентність; психологів, які пропонують способи поліпшення доступності видань з урахуванням вікових і поведінкових особливостей читача; ілюстраторів, що гармонійно розбудовують зображальний вимір тексту, створюючи цілісну концепцію видання; батьків, котрі будують сімейне емоційне спілкування з дітьми засобом літератури. Тож педагоги, психологи, ілюстратори та батьки дітей дошкільного та молодшого шкільного віку становлять вторинну цільову аудиторію.

З огляду на широту аудиторії в маркетингову концепцію заклали лише її психологічні ознаки, бо ж вплив статевого, вікового, освітнього, національного та расового факторів у нашому кейсі є незначним.

Отже, основними психологічними ознаками первинної аудиторії є прагнення брати активну участь у видавничому процесі та змінювати світ навколо себе, бажання підвищувати кваліфікацію, особистісно зростати, пізнавати життя та реалізовувати своє призначення. Вторинної — інтерес до літератури як засобу духовного зростання особистості, відкритість, активність, прагнення долучитися до всебічного розвитку дитини.

Описувати цільову аудиторію доцільно й за методом сегментування «5W» М. Шеррингтона, засновника бренд-консалтингової компанії «Added Value» [97] (рис. 3.3).

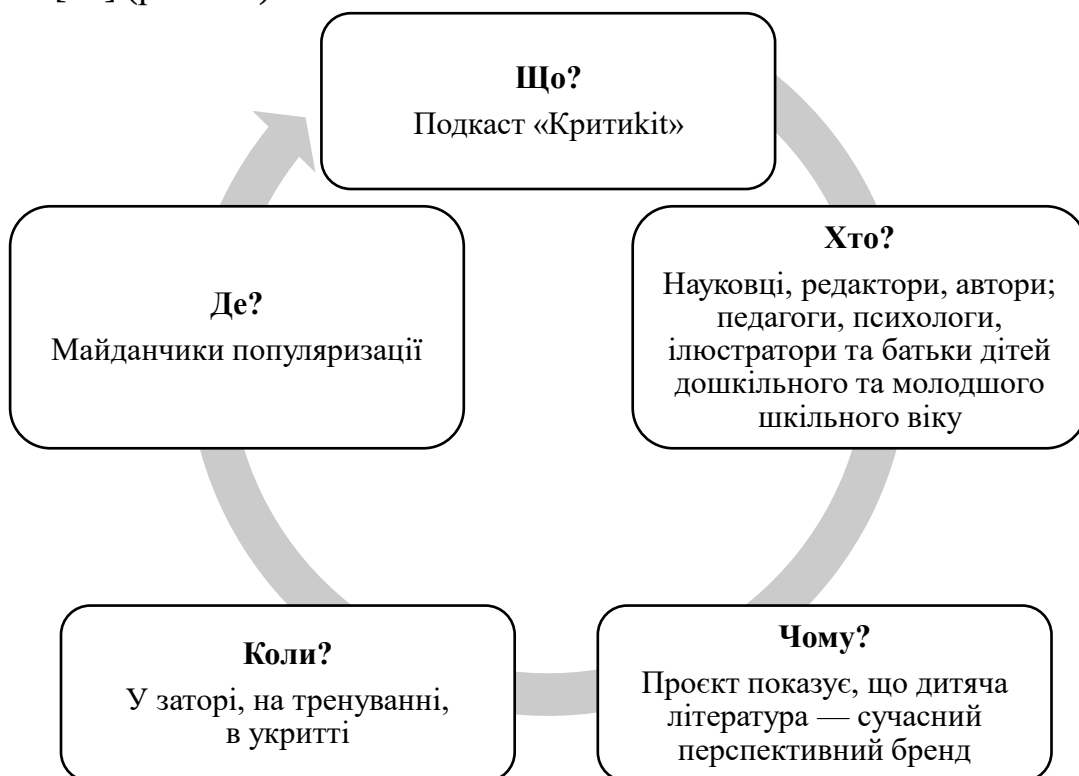


Рис. 3.3. Цільова аудиторія за методом сегментування «5W»

За жанром подкаст «Критикіт» є корисним, адже, розкриваючи тему, дає користувачу нову пізнавальну інформацію, пояснює проблеми й виклики книговидавничої галузі та задовольняє цікавість.

Як було зазначено раніше, існує багато форматів подкасту, зокрема дружня бесіда, інтерв'ю, сторітелінг, монолог, панельна дискусія, театральний, гібридний. Ми обрали гібридний формат (поєднання дружньої бесіди з інтерв'ю), бо подкаст передбачає розмову двох співведучих із гостем тематичного випуску.

Наступним кроком розроблення концепції є створення контент-плану (Дод. Ф), тобто плану розміщення матеріалів на конкретному майданчику.

Для генерування ефективного контент-плану необхідно визначити його мету (збільшення лояльності до продукту, нарощення продажів, розвиток соціальних мереж, підвищення відвідування сайту, залучення нових користувачів тощо). Метою визначили залучення цільової аудиторії до подкасту через донесення його унікальності та корисності.

З урахуванням мети запланували розміщувати контент, завдяки якому аудиторія дізнається про місію, цінності та значущість проєкту; контент, що покаже експертність як ведучих, так і гостей у видавничій ніші; контент, що популяризуватиме проєкт (як-от постійна рубрика «Дитяча книга — це...», у межах якої користувачі можуть коментувати думки гостей і висловлювати власні).

Також ми розробили базу потенційних гостей, поміж яких — кандидати та доктори філологічних наук, кандидати та доктори наук із соціальних комунікацій, редактори, письменники, ілюстратори.

Ми також розподілили обов'язки серед членів команди. До кола наших обов'язків належить:

- моніторинг книговидавничого дискурсу задля визначення можливих запитів цільової аудиторії;
- комунікація з потенційними гостями проєкту, роз'яснення його унікальності, мети та цінностей;
- участь у розробленні питань для гостей;
- організація запису випусків;

- участь у плануванні проєкту;
- збирання інформації для підготовки інформаційних матеріалів;
- створення текстових матеріалів про діяльність проєкту;
- промоція подкасту в соціальних мережах;
- монтаж аудіо- та відеофайлів;
- дотримання технічних вимог до звучання випусків;
- генерування ідей поліпшення проєкту;
- розроблення стратегії просування проєкту;
- удосконалення особистісних і професійних навичок задля розвитку подкасту;
- дотримання встановлених дедлайнів.

Отже, розроблення концепції подкасту стосується створення проєктної команди; окреслення тематичного наповнення та головних аспектів обраної теми; з'ясування мети, що є маркером успішності проєкту; визначення цільової аудиторії та її зв'язку з маркетинговою концепцією подкасту; обрання жанру та формату; створення контент-плану та виокремлення типів майбутніх матеріалів; формування бази потенційних гостей; розподілу обов'язків серед членів команди. Ґрунтовна робота над концепцією проєкту є запорукою його успішного розвитку.

3.3. Етапи виробництва випусків

У створенні професійного інформаційного виробу зазвичай виділяють три основні етапи:

- препродукцію (підготовчий);
- продукцію (знімальний);
- постпродукцію (обробний).

На першому етапі добирають учасників, затверджують сценарій й оптимальну тривалість випуску, готують обладнання. На другому —

розпочинають знімальний процес. На третьому — виконують монтаж, оброблення звуку, зведення, додавання ефектів тощо.

Перед виробництвом випусків ми підготували пост-знайомство з подкастом «Критикіт» (рис. 3.4), завдяки якому аудиторія довідається про мету, цінності та значущість проекту.

Подкаст «Критикіт» — це проєкт натхнених розмов, започаткований на ресурсі любові до дитячої літератури. • Разом із науковцями, редакторами, дослідниками, ілюстраторами, авторами Коментуємо Критично літературу для дітей. Тож гра слів і мовні алгоритми лягли в основу нашого ймення: [крити ~ вважати критикою]; [kit ~ згадувати англійську та читати як «комплект»]; [крити] + [kit] = [комплект критики]. • У випусках говоримо про літературу для дітей; розмірковуємо про роль книжки в розбудові взаємин у родині; визначаємо причини та шляхи подолання «нечитання»; шукаємо ефективні методи зацікавлення юних читачів книгою; аналізуємо вплив війни на ринок дитячої книги; вмикаємо дизайн-мислення та проєктуємо того самого ідеально кваліфікованого редактора дитячої книги, за яким полюватимуть рекрутери найвідоміших видавництв. • Місія «Критикіт»: продемонструвати, що дитяча література — сучасний перспективний бренд, здатний захоувати в себе дітей, батьків, авторів, видавців... • Головне — любити та плекати цей бренд. • Любити всім серцем, дитинно, злотоцінно. • Плекати віддано, наснажено, істинно.	
---	---

Рис. 3.4. Пост-знайомство з подкастом «Критикіт»

Застосувавши технологію «олюднення» проєктів, розробили матеріали, що розкривають особистості співавторок подкасту (рис. 3.5).

Вітаю! Я — Анна Штефан, магістрантка другого року підготовки за спеціальністю «Журналістика» з КПІ ім. Ігоря Сікорського. Коли мене запитують, чому досліджую саме дитячу пізнавальну книгу, впевнено відповідаю словами Василя Сухомлинського: «Людина, для якої книжка вже в дитинстві стала такою необхідною, як скрипка для музиканта, як пензель для художника, ніколи не відчує себе обділеною, збіднілою та спустошеною». Розуміючи важливість такої літератури для формування маленької особистості, шукаю способи покращити виклад у книзі, намагаюся розширити підхід до її редагування, пропоную способи її популяризації. Якщо коротко: хочу, щоб діти полюбили цей принадний і загадковий світ пізнавальної книги та пронесли це почуття крізь усе життя! Упевнена, що наш проєкт «Критикіт» насамперед про формування широкого кола однодумців, котрі усвідомлюють цінність й актуальність дитячої книги. Він також є вдалим прикладом сучасного нетворкінгу, коли науковці, редактори, автори, видавці тощо на певний час стають вашими близькими друзями, котрі з динаміків й екранів пристроїв пристрасно розповідають із позиції досвіду про цікавинки на книговидавничому ринку, свої здобутки чи проблеми на шляху розвитку літератури. А головне — він просто надихає рухатися та відкривати нові грані цього світу. Тож щиро вірю в наш проєкт і поспішаю працювати над новими випусками!	
---	--

Рис. 3.5. Матеріал, що розкриває особистість співавторки

Підготувавши ці матеріали, що належать до зовнішнього позиціонування інформаційного продукту, ми перейшли до препродукції. Її розпочали з розроблення такої структури випусків:

- 1) вступний джінгл (фірмовий короткий звук);
- 2) вступна репліка з назвою подкасту;
- 3) вступ із презентацією гостя;
- 4) основна частина (розмова з гостем);
- 5) обговорення в межах постійної рубрики «Дитяча книга — це...»;
- 6) прощання.

Наступним кроком є вибір гостя випуску. Ми аналізували наукові чи дослідницькі інтереси, професійну діяльність, а також соціальну активність особи. Наприклад, взяти участь у першому випуску подкасту «Критикіт» запропонували І. Побідаш, котра є доценткою, кандидаткою філологічних наук, викладачкою дисциплін «Практична стилістика української мови», «Українська література», «Зарубіжна література» у КПІ ім. Ігоря Сікорського. Пані Ірина — соціально активна особа, адже є авторкою курсу «Підготовка до ЗНО: Українська література та мова», співавторкою курсів «Діалог і медіація: шлях до порозуміння», «Протидія та попередження булінгу (цькуванню) в закладах освіти» на платформі «Prometheus» тощо.

З'ясувавши, що актуальними є подкасти «глибокого занурення», що детально розкривають певну тематику та тривають 20–25 хвилин [98], визначили, що такою має бути середня тривалість випусків нашого проєкту.

З огляду на це вирішили ставити гостям 10–13 запитань. Наприклад, для Р. Сегол (доцентки, кандидатки наук із соціальних комунікацій, викладачки дисциплін «Редагування перекладу», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Реклама у ЗМІ», «PR-діяльність у ЗМІ», «Мережева комунікація» у КПІ ім. Ігоря Сікорського) ми розробили такі запитання:

- *Теза про те, що сучасні діти не читають, певно, вже всім набридла. Чи справді, на Ваш погляд, усе так погано?*
- *То якими ж мають бути книжки для «покоління диджитал»?*
- *Як, на Вашу думку, можна популяризувати дитячі книжки в Україні? Які інструменти лежать в основі ефективної маркетингової стратегії?*

- *А як щодо перспектив популяризації української дитячої книги за кордоном?*
- *Безумовно, цікавить роль редактора в рекламних процесах. Якою є його міра залученості в просування видань?*
- *Кажуть, що кількість читачів у країні напряду впливає на її економічний розвиток. Що думаєте про це та як впливає на добробут країни кількість юних читачів?*
- *А тепер порада для батьків: на що орієнтуватись, вибираючи книги для своєї дитини? Як не розгубитись серед безлічі яскравих обкладинок, метафоричних заголовків та унікальних пропозицій?*
- *Якщо говорити предметно про дитячу інтерактивну книгу, то, на вашу думку, сучасний книговидавничий ринок може задовольнити потреби та вподобання споживачів?*
- *А яка ситуація з пізнавальними виданнями?*
- *Ви досліджуєте теоретичні засади та практичні проблеми редагування перекладу. Розкажіть, яким бачите ідеального редактора перекладної дитячої книги?*
- *А чи є якісь відмінні компетенції, на яких варто зацентрувати редакторам, що мають справу з дитячою інтерактивною книгою та її функціоналом: доповненою реальністю, аудіо, відео тощо. Можливо, порадите актуальний курс для вдосконалення професіоналізму?*
- *Якщо говорити про співвідношення між оригінальною та перекладною літературою в Україні, то якою є ситуація з пізнавальною книгою?*
- *А яка дитяча інтерактивна книга переважає на ринку: перекладна чи оригінальна?*

На етапі продукції для запису випусків вибрали програму «Zoom», зручність якої полягає у функції «Запис конференції». Після проведення зустрічі можна отримати як відео у форматі MP4, так й аудіо у форматі M4A;

програма також зберігає текстові повідомлення (чат). Записувати матеріали можна на локальне сховище (безоплатно на своєму комп'ютері) чи хмарне (платно на віддалених сервісах «Zoom»). Щоб здійснити запис, необхідно натиснути кнопку «Record» («Запис») (рис. 3.6).

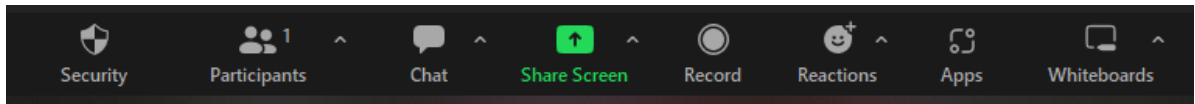


Рис. 3.6. Здійснення запису в програмі «Zoom»

Щоб зупинити запис, потрібно натиснути кнопку «Stop Recording» («Зупинити запис») (рис. 3.7).

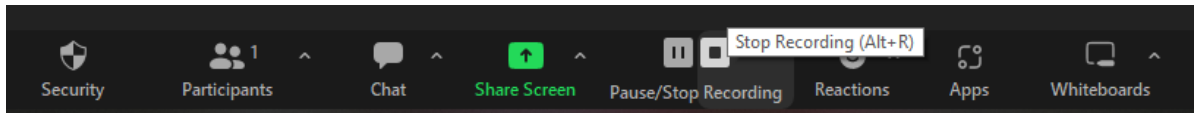


Рис. 3.7. Зупинення запису в програмі «Zoom»

Оскільки в подкасті переважає аудіальний складник, важливо, щоб слухач чітко чув інформацію. Для створення якісного випуску радимо застосовувати професійне обладнання:

- мікрофон;
- тримач для мікрофону;
- поп-фільтр (накладка на мікрофон, що знижує звукові перешкоди від дихання людини та прибирає різкість звуків);
- звукову карту (пристрій, що дає змогу виводити звук на акустичні системи та записувати його в комп'ютер);
- навушники.

Вагомою частиною етапу продукції є обрання локації для запису випуску. Місце має бути ізольованим від зовнішнього шумового навантаження, адже побічні звуки можуть ускладнити чи унеможливити оброблення аудіо. Записуючи випуск, авторам і гостям слід пам'ятати, що випадкові удари по столу, торкання до мікрофону спричиняють різкі звуки, які потім доведеться вирізати. Це може негативно вплинути на виклад і

спотворити логіку епізоду. Саме тому, зауваживши сторонні звуки чи нечітку вимову слів, ми вказували на це гостям і просили перезаписати цей фрагмент.

Після запису аудіоматеріалу можна переходити до постпродукції, тобто оброблення контенту та монтування його в готовий епізод. На цьому етапі ми виконували мікшування та відеомонтаж (подкаст «Критикіт» має як аудіо-, так і відеOVERсію). Постпродукцію випусків ми розпочинали з мікшування, тобто редагування й аранжування аудіодоріжок так, щоб вони звучали органічно та зрозуміло для слухача. Мікшування виконують у спеціальних програмах для впорядкування звуку, як-от «Adobe Audition», «Audacity», «Wavosaur», «OceanAudio», «WavePad Sound Editor», «Sound Forge», «CakeWalk Sonar», «ACID Music Studio» тощо.

Ми здійснювали мікшування в спеціальній програмі «InShot» — багатофункціональному застосунку зі зручним інтерфейсом (рис. 3.8).

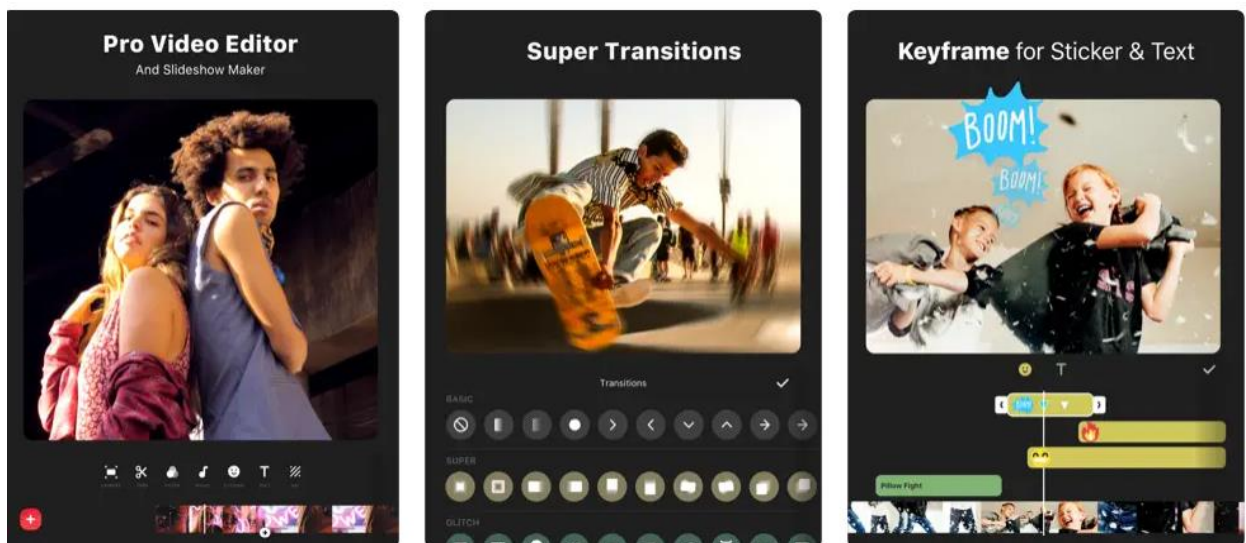


Рис. 3.8. Інтерфейс програми «InShot»

За допомогою «InShot» можна монтувати аудіо- та відеодоріжки, створювати відеоряд зі світлин, додавати різноманітні динамічні ефекти. Також є можливість змінювати розмір і пропорції матеріалу, регулювати швидкість, накладати як вбудовані, так і завантажені композиції, застосовувати фільтри тощо. Застосунок «InShot» безплатний, однак під час

першого завантаження на відео з'являється водяний знак, який можна зняти, переглянувши рекламний ролик.

До мікшування звуку потрібно ставитися відповідально. Приміром, на опрацювання 30 хвилин матеріалу ми закладали близько 2 годин. Цей процес слід виконувати поетапно, попередньо визначивши, які частини випуску обробляти першочергово. Ми розробили такий алгоритм мікшування випусків подкасту «Критикіт» після завантаження запису в програму «InShot»:

- 1) зниження рівня шуму аудіодоріжки;
- 2) вирізання повторів, неточностей, сторонніх звуків;
- 3) переозвучування (за потреби) фрагментів;
- 4) налаштування рівня гучності;
- 5) вирізання фрази гостя для початку випуску, дублювання її та перенесення;
- 6) накладання джінглу наприкінці випуску.

Ми виносили на початок кожного випуску цікаву, нестандартну, смішну чи загадкову фразу (тобто тизер), щоб так заінтригувати слухача та залучити його до вдумливого й уважного сприймання. Наприклад, для спеціального випуску про пізнавальну книгу з Д. Кузьменком (дитячим письменником, художником-ілюстратором, редактором, автором книжок «#щотакематематика?», «Росли груші на вербі», «Зубасті задачки», «Біла трішки чорна-пречорна книжка» тощо) застосували такий тизер — «Боже, бідний автор. Я розумію, для чого ти це робиш... Бо ти розумний науковець, ти хочеш, щоб діти теж були такими розумними, як ти. Але чому ж ти їх так мордуєш заради цього?». Ця фраза інтригує слухача та заохочує дізнатися, чому ж автор «мордує» (тут відчутний гумор) читачів і як цьому зарадити.

Для випуску про наповнення українського книговидавничого ринку зі С. Фіялкою (доценткою, кандидаткою наук із соціальних комунікацій, викладачкою дисциплін «Основи видавничої справи», «Основи редагування», «Редагування навчальної літератури» у КПІ ім. Ігоря Сікорського) як тизер виокремили фразу «Причина, чому плачуть крокодили... Бо в них є спеціальні

залози, які виводять надлишкові солі, а зовсім не тому, що їм боляче чи щось...». На нашу думку, цей уривок привертає увагу споживача та спонукає з'ясувати зв'язок між книговидавничим ринком й особливостями фізіології рептилій.

Вагомим складником музичної айдентики подкасту «Критикіт» є джінгл (фірмовий музичний відрізок), який виконує такі важливі функції:

- допомагає встановити зв'язок із цільовою аудиторією;
- створює необхідну асоціацію;
- налаштовує слухача на потрібний настрій;
- посилює запам'ятовуваність бренду;
- корегує сприйняття користувача.

Як джінгл для випусків подкасту «Критикіт» ми використовували уривок із музичної композиції «Blue Window» виконавця Джеффа Каале, яку «InShot» пропонує користувачам для безплатного використання. Ця мелодія позитивна та ритмічна; вона налаштовує слухача на сприймання інформації, активізує його увагу. Також у композиції можна почути щебетання пташок, що перегукується з нашою анімованою заставкою з папугами (рис. 3.9).



Рис. 3.9. Заставка випусків подкасту

Обираючи музику для інформаційних продуктів, важливо ознайомлюватися з умовами ліцензування. Приміром, для застосування

деяких треків необхідне згадування автора в подкасті чи його текстовому описі на майданчику популяризації.

Наступним кроком постпродукції є відеомонтаж, у межах якого виконували такі додаткові дії:

- 1) додавання анімованої заставки;
- 2) накладання джінглу на заставку;
- 3) вставлення переходів;
- 4) зведення матеріалу у файл формату MP4.

Після монтування матеріалів у готовий епізод ми надсилали його гостям для погодження, оскільки випуск є результатом спільної творчої праці авторів і запрошених учасників.

Отже, препродукція, продукція та постпродукція є невіддільними складниками подкастингової діяльності. Грамотно та відповідально вибудована робота на кожному з етапів впливає як на якість кінцевого продукту, так і на залученість слухача.

3.4. Робота з платформами розміщення

Для хостингу аудіо- та відеоматеріалів існує багато платформ, найпопулярнішими серед яких є описані вище «YouTube», «SoundCloud», «Telegram»; «Apple Podcasts», «iTunes» (для користувачів «iPhone»); «Spotify», «Google Podcasts». Вибір платформ слід розпочинати з прогнозування поведінки користувача, наприклад, за маркетинговою моделлю «AIDA» [98], де A — Attention (увага); I — Interest (інтерес); D — Desire (бажання); A — Action (дія).

На етапі залучення *уваги* аудиторії варто створити інтригу, наприклад, розмістивши інформаційний пост у мережі «Instagram» на спеціально створеній сторінці (<https://instagram.com/krytykit?igshid=MWI4MTIyMDE=>), який подає основну інформацію про подкаст і зацікавлює майбутніх слухачів. *Інтерес* можна викликати, розміщуючи на розробленому каналі в «Telegram» (<https://t.me/krytykit>) інформацію про місію та цінності подкасту, унікальність

майбутніх гостей, корисність випусків. Коментарі користувачів на платформі «SoundCloud» (<https://on.soundcloud.com/DM5H5Zs1mSXR53iy7>) зумовлять бажання слухати нові випуски. На цьому етапі можна пропонувати слухачам висловлювати свою думку, наприклад, щодо їхнього бачення дитячої книги. Дії (вподобати, поділитися, прокоментувати, підписатися на канал) можна досягнути, використовуючи зрозумілий функціонал платформи «YouTube» (<https://youtube.com/@kit9241>). На важливості саме дії наголошує О. Лещук, котрі вказує, що результативність рекламної комунікації визначає кінцева ланка процесу — дія [99].

Задля вибору платформи розміщення необхідно застосовувати й наукові підходи, зокрема й системний, ситуаційний й інтеграційний, на яких базується SWOT-аналіз. Завдяки поєднанню сильних і слабких сторін, можливостей і загроз він допомагає оцінити відповідність ринковому середовищу та «відіграє важливу роль при розробці та виборі стратегії» [100, с. 304]. Покажемо матрицю SWOT для подкасту «Критикіт» (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Матриця SWOT для подкасту «Критикіт»

Strengths (переваги)	Weaknesses (недоліки)
– Унікальність у специфічному ринковому сегменті; – сприяння інтересу цільової аудиторії до дитячої книги як цінності; – злагодженість і мотивованість команди; – концентрація на форматі, що швидко зростає на ринку; – широке коло потенційних гостей; – багатофункціональність; – наявність багатьох майданчиків для популяризації; – актуальність аудіотекстів; – універсальність форматів аудіо- та відеофайлів, що дає змогу відтворювати їх на більшості портативних пристроїв;	– Повільні темпи зростання аудиторії; – низька впізнаваність бренду; – обмежений бюджет на просування; – незначна матеріально-технічна база

Продовження таблиці 3.2

Opportunities (можливості)	Threats (загрози)
– Чіткіше розуміння потреб слухачів; – більший зворотний зв'язок; – розширення команди; – співпраця з іншими діячами подкастингової діяльності	– Недостатньо обгрунтовані стратегічні дії; – поява конкурентів; – брак часу на реалізацію проєкту; – нестабільність ринку

З урахуванням аналізу цільової аудиторії, прогнозування поведінки користувача за маркетинговою моделлю «AIDA», а також матриці SWOT майданчиками популяризації ми обрали «SoundCloud», «YouTube», «Telegram», «Instagram». Кожен із них різниться за алгоритмом публікування подкастів.

«SoundCloud». Це стримінгова (з підтримкою трансляції наживо) платформа та вебсайт для поширення зацифрованої звукової інформації. Перевагами застосування цього сервісу є змога розповсюджувати як окремі аудіозаписи, так і альбоми чи плейлисти за допомогою унікального URL-посилання. Щоб завантажити випуск на платформу «SoundCloud», необхідно виконати ці кроки:

- 1) увійти до свого облікового запису чи зареєструватися як новий користувач;
- 2) натиснути на значок «Стрілка» й обрати потрібний файл (рис. 3.10);
- 3) додати заголовок;
- 4) визначити жанр (доречно обрати жанр «Навчання» чи «Розмова»);
- 5) створити опис (до 4000 символів);
- 6) за бажання розмістити додатковий опис файлу (кілька рядків тексту, які використовують для пояснення й детального опису опублікованих матеріалів).
- 7) натиснути «Зберегти».

Файл з'явиться на платформі «SoundCloud» за кілька хвилин, його можна відразу поширити в соціальних мережах, переслати через смс, зберегти до файлів тощо.

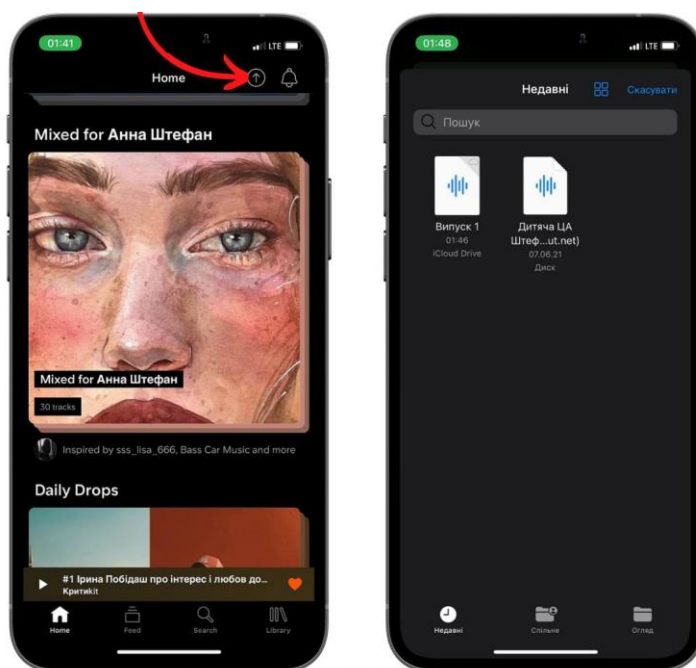


Рис. 3.10. Вивантаження файлу до «SoundCloud»

«YouTube». Це хмарний сервіс, який надає змогу розміщувати авторські відеоматеріали. Сервіс дає користувачам можливість зберігати переглянуті та вподобані відео в «хмарі», а також рекомендує відео на основі вподобань. Перевагами хостингу «YouTube» є швидкий доступ до відеоматеріалів, тематичне розмаїття контенту, можливість створити свій канал. Алгоритм розміщення випусків на платформі «YouTube» такий:

- 1) увійти до свого облікового запису чи зареєструватися як новий користувач;
- 2) натиснути на значок «Плюс» й обрати опцію «Завантажити відео» (рис. 3.11);
- 3) обрати потрібний файл;
- 4) натиснути «Далі»;
- 5) за потреби додати текст, озвучення, фільтри, а також змінити послідовність кадрів;

- 6) вказати назву відео (до 100 символів);
- 7) визначити параметри видимості (опублікувати зараз «Для всіх» (ваш матеріал зможуть знаходити та переглядати всі), «Не для всіх» (доступ лише за посиланням), «Приватне» (доступ лише для вибраних вами людей) або запланувати (тобто опублікувати пізніше у визначений час);
- 8) вибрати аудиторію (опції «Так, це відео для дітей», «Ні, це відео не для дітей», «Так, показувати моє відео лише глядачам віком від 18 років», «Ні, відео підходить для глядачів до 18 років»);
- 9) налаштувати коментування (можна дозволити всі коментарі, надсилати потенційно неприйнятні коментарі на перевірку, надсилати всі коментарі на перевірку чи взагалі вимкнути коментарі);
- 10) натиснути «Завантажити відео»;
- 11) у розділі «Ваші відео» обрати цей матеріал й у вкладці «Редагувати» додати для нього опис, місцеперебування та теги.

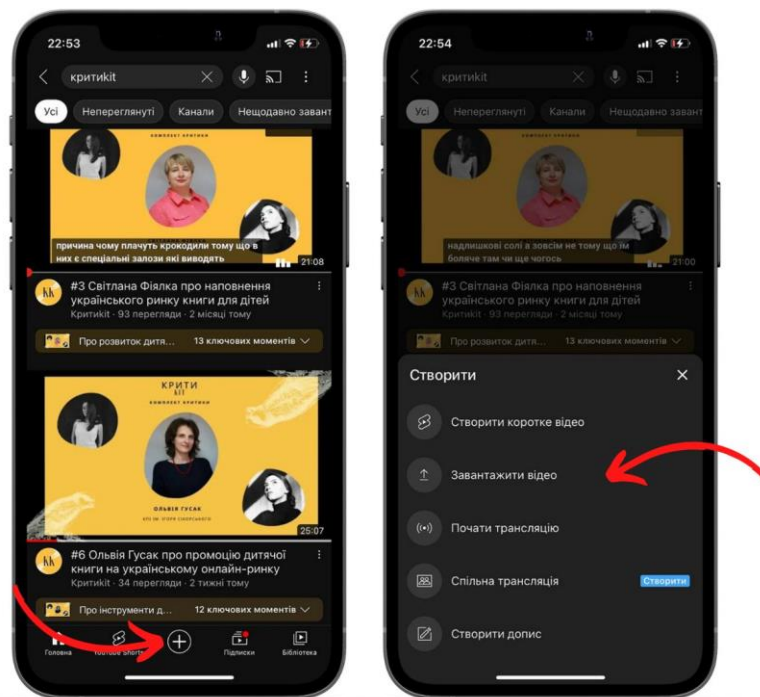


Рис. 3.11. Вивантаження файлу до «YouTube»

Зауважимо, що контент, для якого користувачі обирають опцію «Так, це відео для дітей», коментувати не можна.

«Telegram». Це захищений застосунок, що дає користувачам можливість обмінюватися повідомленнями. Його робота ґрунтується на спеціально розробленому хмарному сервері, що безпечно зашифровує трафік. У «Telegram» можна поширювати різноманітний контент, зокрема відео-, фото-, аудіо- тощо. Застосунок пропонує такі варіанти прямої комунікації між користувачами: приватні та секретні чати; дзвінки; групи/канали, що можуть охоплювати до 200 000 осіб. Перевагами застосунку «Telegram» як каналу комунікації є безпечність і відкритість, легкість реєстрації та значний рівень шифрування повідомлень. Щоб розмістити випуск на платформі «Telegram», потрібно виконати ці дії:

- 1) увійти до свого облікового запису чи зареєструватися як новий користувач;
- 2) натиснути на іконку «Нотатка» й обрати опцію «Новий канал» (рис. 3.12);

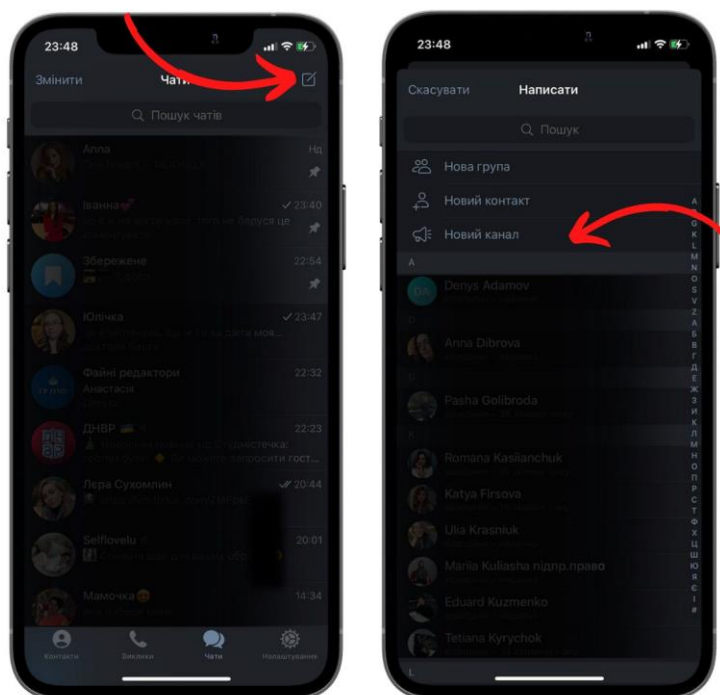


Рис. 3.12. Створення каналу на платформі «Telegram»

- 3) додати назву каналу та його опис;
- 4) перейти у створений канал;

- 5) натиснути на іконку «Скріпка» й обрати необхідний файл (як в аудіо-, так і відеоформаті для подкасту «Критикіт») (рис. 3.13);

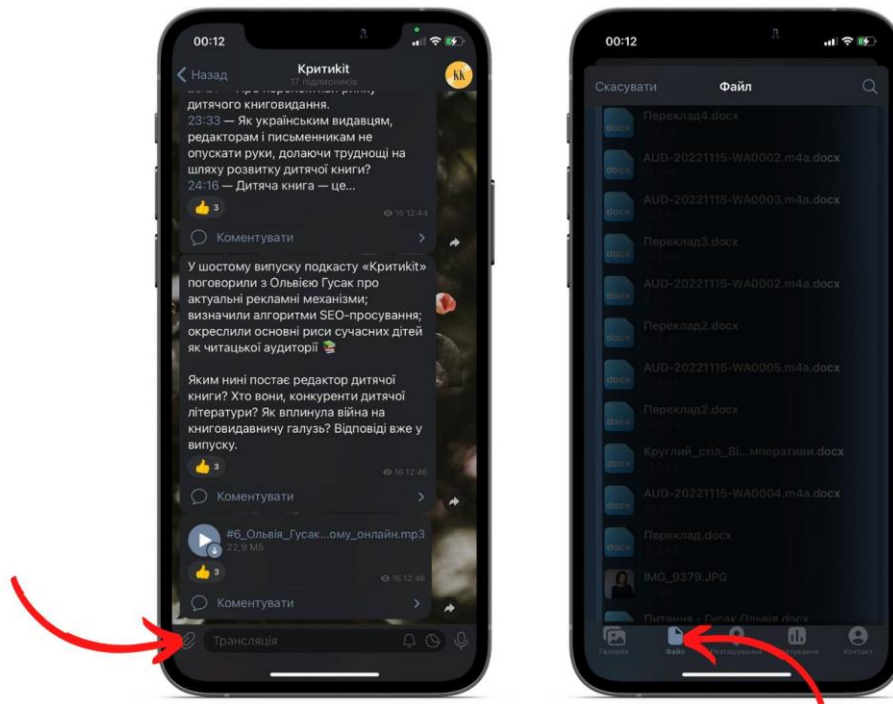


Рис. 3.13. Вивантаження файлу до «Telegram»

- 6) додати тематичний текстовий матеріал через вікно для набору тексту (рис. 3.14).

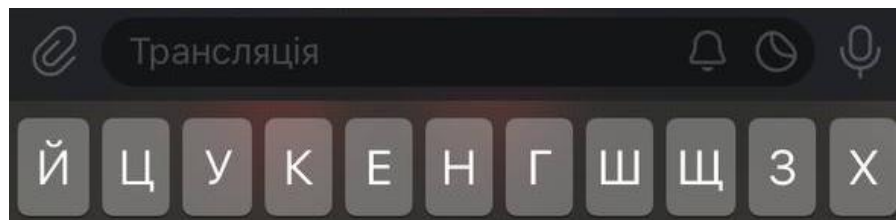


Рис. 3.14. Вікно для набору тексту

«Instagram». Це соціальна мережа для обміну фотографіями та відео з великою кількістю користувачів, котрі розбудовують її контент. Перевагами «Instagram» є широкий набір фільтрів; унікальний формат відео, схожий на GIF-картинку, – «Boomerang»; доповнення «Stories», які мають обмеження за часом відтворення (доба); підтримка технології «AR filters» (можливість додавання віртуальних предметів до свого фото- та відеовмісту). Трендом «Instagram» є «Reels» — динамічні ролики до 60 секунд, які зберігаються в

акаунті користувача, — тож ми завантажували випуски подкасту «Критикіт» саме в такому форматі за такою послідовністю:

- 1) увійти до свого облікового запису чи зареєструватися як новий користувач;
- 2) натиснути на іконку «Плюс» й у вікні «Створити» обрати «Відео Reels» (рис. 3.15);

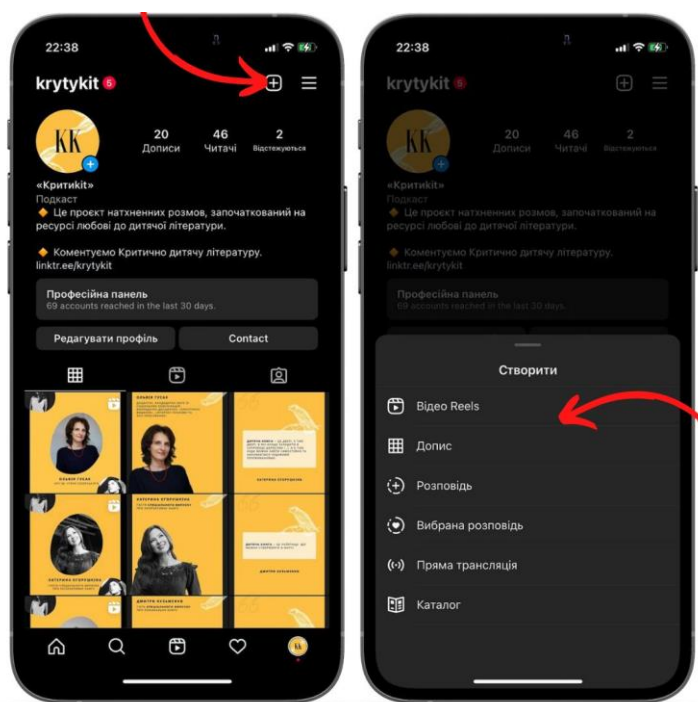


Рис. 3.15. Вивантаження файлу до «Instagram»

- 3) потягнути вікно, що відкриється, вгору й обрати з переліку необхідний файл;
- 4) натиснути «Додати»;
- 5) натиснути «Далі»;
- 6) за потреби додати музику, фільтри, наліпки, графічні й текстові елементи;
- 7) натиснути «Далі»;
- 8) відредагувати обкладинку, додати підпис, позначити учасників, додати теми, локацію тощо;
- 9) натиснути «Поширити».

За описаною послідовністю дій на майданчиках популяризації «SoundCloud», «YouTube», «Telegram», «Instagram» ми розмістили 6 випусків подкасту «Критикіт»:

- «#1 Ірина Побідаш про інтерес і любов до української літератури»;
- «#2 Радміла Сегол про популяризацію української дитячої книги»;
- «#3 Світлана Фіялка про наповнення українського ринку книги для дітей»;
- «#4 Дмитро Кузьменко про пізнавальну літературу»;
- «#5 Катерина Єгорушкіна про інтерактивну книгу»;
- «#6 Ольвія Гусак про промоцію дитячої книги на українському онлайн-ринку».

Щоб оцінити правильність вибору майданчиків популяризації, слід проаналізувати перегляди розміщених там випусків (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Перегляди розміщених на платформах популяризації випусків

Випуск	Перегляди на майданчику «SoundCloud»	Перегляди на майданчику «YouTube»	Перегляди на майданчику «Telegram»	Перегляди на майданчику «Instagram»
«#1 Ірина Побідаш про...»	10	83	35	182
«#2 Радміла Сегол про...»	3	35	540	116
«#3 Світлана Фіялка про...»	3	94	41	68
«#4 Дмитро Кузьменко про...»	2	29	27	76
«#5 Катерина Єгорушкіна про...»	4	45	30	87
«#6 Ольвія Гусак про...»	1	35	15	38

Отже, охоплення на платформах «YouTube», «Telegram» й «Instagram» високе. Майданчик «SoundCloud» як обраний інструмент комунікаційної політики подкасту «Критикіт» не зміг гарантувати повноту охоплення аудиторії.

Для залучення слухачів доцільно використовувати різноманітні інструменти маркетингової комунікації. Наприклад, запустити таргетовану рекламу в мережі «Facebook» через бізнес-сторінку; нативну рекламу серед авторів дитячих книг, редакторів; рекламу на радіо («Radiokids.Online», «Ластовинка ФМ», «АероБіт», «Українське Радіо», «Громадське радіо», «Радіо Культура»). Перспективною є й співпраця з «Медіалабораторією КПП», що висвітлює інформацію про діяльність університету, досягнення його студентів, викладачів і працівників адміністрації. Телебачення ми вважаємо недоцільним каналом просування з огляду на наш обмежений бюджет на промоцію.

Монетизувати розроблений проєкт можна за допомогою донатів (добровільних пожертв) слухачів, традиційної реклами в межах випусків, створення випусків на замовлення, запуску фірмового мерчу (наприклад, сувенірної продукції з символікою нашого подкасту).

Подкаст — це актуальний формат комунікації в епоху розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Він доцільний для журналістів, блогерів, радіостанцій, бізнесу, громадських ініціатив, креативної індустрії тощо. В типології подкасту зазвичай виділяють аудіоподкаст, відеоподкаст і скрінкаст, а серед форматів випуску — дружню бесіду, інтерв'ю, сторітелінг, монолог, панельну дискусію, театральний, гібридний.

Розроблення концепції подкасту слід розпочинати з визначення складу проєктної команди, тематики й головних аспектів теми. Наступними кроками є з'ясування мети, окреслення цільової аудиторії, жанру та формату; створення контент-плану та бази потенційних гостей, а також розподіл обов'язків між членами команди.

Етапами виробництва випуску є препродукція, продукція та постпродукція. На першому обирають учасників, затверджують сценарій й оптимальну тривалість випуску, а також готують необхідне обладнання. На другому — розпочинають знімальний процес. На третьому — виконують монтаж, оброблення звуку, зведення, додавання ефектів тощо.

Подкаст «Критикіт», тематикою якого є дитяча книга як багатоаспектне явище, — це корисний подкаст гібридного формату, цільову аудиторію якого становлять науковці, редактори й автори, а також педагоги, психологи, ілюстратори та батьки дітей дошкільного та молодшого шкільного віку.

З урахуванням аналізу цільової аудиторії, прогнозування поведінки слухача за маркетинговою моделлю «AIDA», а також переваг, недоліків, можливостей і загроз подкасту, майданчиками його популяризації ми обрали «SoundCloud», «YouTube», «Telegram», «Instagram».

Ми отримали високе охоплення на платформах «YouTube», «Telegram» й «Instagram». Майданчик «SoundCloud» не надав бажаної повноти охоплення аудиторії, тож потрібно детальніше прораховувати канали просування, щоб досягнути прогнозованих дій.

Інструментами маркетингової комунікації з потенційними слухачами визначено таргетовану рекламу в мережі «Facebook»; нативну рекламу серед авторів дитячих книг і редакторів; рекламу на радіо тощо.

ВИСНОВКИ

Дослідження довело, що пізнавальна книга — вагома й актуальна для дитини молодшого шкільного віку, бо вона є джерелом не лише освіти, а й розваги. Вона становить інтерес для науковців, педагогів, видавців, редакторів, авторів, ілюстраторів, рекламників. Однак з огляду на брак ґрунтовних і систематичних досліджень такої книги можемо стверджувати, що нами:

1. Зважаючи на теоретичні відомості про пізнавальну книгу для дітей, а також на термінологічну плутанину щодо понять «пізнавальна книга», «нон-фікшн», «науково-популярна література» «науково-художня література», «наукова фантастика», «нефікційна література», «література факту», визначено, що пізнавальну книгу трактують як твір нехудожнього характеру, що розкриває перед читачем частину наукового пізнання; літературу, що вирізняється добровільним характером прочитання; видання, що розкриває відомості доступною для дитини мовою. На нашу думку, у цих поглядах на пізнавальну книгу не розкрито її особливостей, тож ми запропонували власну дефініцію: *це видання з виразною пізнавальною спрямованістю, що поєднує художній і науковий стилі викладу та транслює знання з різних галузей з урахуванням психологічних особливостей читача.*
2. Розкрито багатofункціональність пізнавальної книги. Соціальнокомунікаційний підхід до функцій пізнавальної книги доводить, що вона виконує кілька важливих функцій: комунікативну, регулятивну (виховну), навчальну, естетичну, компенсаторну, пізнавальну, розважальну. На основі цих функцій ми розробили авторську структурну модель розвитку пізнавального інтересу молодших школярів засобом пізнавальної книги. Ми зображуємо

пізнавальний інтерес як усвідомлення триєдиної системи цінностей: соціалізації як цінності, знань як цінності, емоцій як цінності. На нашу думку, пізнавальна функція пріоритетна в контексті пізнавальної книги, однак вона неможлива без реалізації інших, зокрема й описаних вище, функцій.

3. Змодельовано інтегроване використання пізнавальної книги. Знання дошкільника ґрунтуються на мультфільмах, піснях, книгах, розмовах дорослих, інформації засобів масової комунікації, спілкуванні з однолітками тощо. Ці знання уривчасті, однак дитина може вкласти їх у власну інформаційну єдність. У шкільному віці ця єдність розширюється та водночас руйнується з огляду на чіткі межі предметного навчання. Тоді й набуває актуальності інтегрований підхід як поєднання розрізнених частин системи. У навчанні молодших школярів він базується на принципах цінності й унікальності особистості, пріоритету особистісного розвитку, орієнтації на зону найближчого розвитку дитини, суб'єктності освітнього процесу, емоційно-цілісної орієнтації освітнього процесу, інтеграції навчання, дитиноцентризму. На наш погляд, інтегроване використання пізнавальної книги полягає у її застосуванні в рамках освітнього процесу, під час читання з батьками чи старшими родичами, для підвищення професійного рівня вчителя, для корекційної роботи з учнями з особливими освітніми потребами.
4. Зазначено, що пізнавальна книга є соціальнокомунікаційним актом із категоріями комунікант (автор), посередник (редактор), комунікат (читач-дитина).

Сучасний автор пізнавальної книги формує в читачів позитивну мотивацію до навчання, розширює їхній кругозір; транслює суспільний досвід. Відповідно до комунікаційних аспектів співпраці автора та редактора виокремлюють різні комунікаційні ролі автора, поміж яких: конфліктний; надмірно амбіційний; загадковий; такий, що маніпулює;

відсторонений; надзвичайно обізнаний; нерішучий; допитливий; балакучий; конструктивний.

Редактор постає посередником комунікації та виконує широкий спектр завдань і функцій, що й впливає на різноманіття його професійних ролей: психолог, популяризатор, консультант, верстальник, ілюстратор, ментор, менеджер, маркетолог, педагог, особистість із гнучкими навичками.

Учень молодшого шкільного віку як комунікат у пізнавальній книзі особливий тим, що має незначний читацький і життєвий досвід, специфічний словниковий запас, прагне набувати нових знань. Рушієм його внутрішньої активності є емоційність, що стимулює уяву та фантазію, а його провідною психічною діяльністю є гра. Тому видавцям слід подбати про привабливу обкладинку, яскраві ілюстрації, виразний текст, ігровий складник пізнавальної книги. Редактор має простежити дотримання простоти та зрозумілості викладу, актуальності та змістовності теми, композиційно-логічної, фактологічної та мовної досконалості.

Сучасна пізнавальна книга розкриває комунікативну, читацьку, математичну, інформаційно-комунікаційну, соціальну, громадську, культурну, екологічну компетентності учня молодшого шкільного віку, а також його компетентності в галузі природничих наук, техніки і технологій.

5. З урахуванням комунікативної природи дитячої книги розроблено подкаст «Критикіт», метою якого є продемонструвати, що дитяча література — сучасний перспективний бренд, здатний захоувати в себе дітей, батьків, авторів, видавців. Створено маркетингову концепцію для просування проєкту, де описано цільову аудиторію за методом сегментування «5W» М. Шеррінгтона; спрогнозовано поведінку користувача за маркетинговою моделлю «AIDA»; застосовано SWOT-аналіз для виявлення переваг, недоліків, можливостей і загроз

розробленого проєкту. Вирішено просувати подкаст «Критикіт» через майданчики популяризації «SoundCloud», «YouTube», «Telegram», «Instagram». Інструментами маркетингової комунікації з потенційними слухачами названо таргетовану рекламу в мережі «Facebook»; нативну рекламу серед авторів дитячих книг і редакторів; рекламу на радіо тощо.

Зауважимо, що українські книговидавці мають усі шанси розвивати якісну вітчизняну пізнавальну книгу. Для цього їм потрібно відстежувати настрої читацької аудиторії, аналізувати її психологічні особливості; впроваджувати нові підходи до роботи суб'єктів видавничого дискурсу.

Подальші дослідження дитячої пізнавальної книги мають стосуватися більш системної класифікації її функцій і типологічних ознак. Варто створити єдине визначення поняття, що потрапило б до підручників або практичних посібників для видавців і редакторів. Також одним із перспективних напрямків розвитку теми є розроблення нових принципів популяризації інформації, поданої в пізнавальній книзі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Рижак Л. Книга як артефакт культури. *Наукові записки УКУ. Сер. Педагогіка. Психологія*. 2020. Вип. 3. С. 113–121.
2. Мильченко Л. Вторинна неграмотність — наслідок кризи читання. *Книгознавство. Видавнича справа*. 2022. Вип. 2. С. 10–19. DOI: 10.36273/2076-9555.2022.2(307).10-19.
3. Стратегія розвитку читання на 2021–2025 роки «Читання як життєва стратегія»: проєкт. *Міністерство культури та інформаційної політики України: офіційний сайт*. URL: <https://mkip.gov.ua/files/pdf/СТРАТЕГІЯ%20РОЗВИТКУ%20ЧИТАННЯ.pdf> (дата звернення: 25.10.2022).
4. Стахова О. О, Куліш І. В. Психологічні особливості розвитку пам'яті в молодшому шкільному віці. *Сучасні тенденції та фактори розвитку педагогічних та психологічних наук* : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 31 січ. – 1 лют. 2020 р. Київ : ГО «Київська наукова організація педагогіки та психології», 2020. Ч. 2. С. 124–126.
5. Близнюк Д. Мотивація школярів початкової школи до вивчення іноземних мов в умовах НУШ. *Applied Linguistics-3d: Language, It, Etc.* 2022. С. 41–43.
6. Гузь О. П. Формування мовленнєвої та читацької компетентностей учнів Нової української школи. *Актуальні питання сучасної педагогіки: творчість, майстерність, професіоналізм* : зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф., 19 берез. 2021 р. Кременчук : Методичний кабінет, 2021. С. 654–661.
7. Сенченко М. «Великі книги» і як їх визначити — технологія Мортімера Адлера. *Вісник Книжкової палати*. 2015. Вип. 6. С. 3–8.

8. Огар Е. І. Сучасна нон-фікшн для дітей: структурні та функціональні характеристики. *Наук. зап. укр. акад. друкарства*. 2012. Вип. 2. С. 41–47.
9. Варикаша М. М. Література non-fiction: поміж фактом і фікцією. *Актуальні проблеми слов'янської філології. Сер. Лінгвістика і літературознавство*. 2010. Вип. 23. С. 28–39.
10. Колінько О. П. Нон-фікшн як особливий феномен сучасної белетристики. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Філологія*. 2016. Вип. 24, т. 2. С. 74–77.
11. Examining agency in children's nonfiction picture books / Vaughn M., Sotirovska V., Darragh J. J., Elhess M. *Children's Literature in Education*. 2022. Vol. 53, № 1. P. 33–51. DOI: 10.1007/s10583-021-09435-y.
12. Alexander J., Jarman R. The pleasures of reading non-fiction. *Literacy*. 2018. Vol. 52, № 2. P. 78–85. DOI: 10.1111/lit.12152.
13. Grilli G. The new non-fiction picturebook for children: Mending the rift between science and art. *Libri & Liberi*. 2020. Vol. 9, № 1. P. 75–89. DOI: 10.21066/carcl.libri.2020.1.5.
14. Fox R. F., Lannin A. A. Belly up to the pond: Teaching teachers creative nonfiction in an online class. *The Writing Instructor*. 2007. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ824631.pdf> (Last accessed: 28.10.2022).
15. Колошук Н. Г. Термінологічна та методологічна невизначеність українських досліджень у царині літератури факту. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2008. Вип. 8. С. 56–61.
16. Іванченко О. В. Тематична палітра науково-популярних книжок для дітей за радянського часу. *Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В. О. Сухомлинського. Сер. Філологічні науки*. 2013. Вип. 4.11 (90). С. 59–62.
17. ДСТУ 3017: 2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. [Чинний від 2016-07-01]. Київ: ДП «УкрНДЦ», 2016. 36 с. (Інформація та документація).

18. Богданець-Білоskalенко Н. І. Робота з науково-художніми та науково-популярними текстами на уроках літературного читання в початкових класах. *VII Волошинські читання «Шкільна мовно-літературна освіта: традиції і новаторство»* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 17 трав. 2019 р. К. : Ін-т педагогіки НАПН України, УОВЦ «Оріон», 2019. С. 258–263.
19. Довгань О. Вплив читацьких інтересів на формування читацької самостійності молодших школярів. *Збірник наукових праць*. 2018. Вип. 25. С. 208–215. DOI: 10.32626/2309-9763.2018-25.-2.208-215.
20. Вашуленко О. Особливості роботи з науково-художніми текстами на уроках літературного читання в початковій школі. *Модернізація освітнього середовища: проблеми та перспективи* : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. Умань : ВПЦ «Візаві», 2020. С. 24–27.
21. Компанович М. С. Особливості проблематики української наукової фантастики для дітей 50–80-х рр. XX ст. *Наукові записки [Української академії друкарства]*. 2014. Вип. 3 (48). С. 39–43.
22. Liberati N., Yan W. Science fiction literature and its role in society, research, and academia. *Prometeica — Revista de Filosofía y Ciencias*. 2022. P. 112–116. DOI: 10.34024/prometeica.2022.Especial.14084.
23. Кондратюк С. Г. Шляхи використання літератури напрямку нон-фікшн у закладах дошкільної освіти: інтегрований підхід. *Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка*. 2019. Вип. 1 (324). С. 249–259. DOI: 10.12958/2227-2844-2019-1(324)-2-249-259.
24. Паламар С. П., Гевель С. І. Сучасна пізнавальна література як засіб мовленнєвого розвитку дошкільників. *Особистість, сім'я і суспільство: питання педагогіки та психології* : зб. матеріалів тез учасн. Міжнар. наук.-практ. конф., 22–23 листоп. 2019 р. Львів : ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2019. С. 126–130.
25. Рябошапка О. В. Вплив книги на формування особистості дитини: історичний аспект. *Педагогіка формування творчої особистості у*

- вищій і загальноосвітній школах* : зб. наук. пр. Запоріжжя : КПУ, 2020. С. 20–24. DOI: 10.32840/1992-5786.2020.70-3.3 20-24.
26. Скориця Д. В., Шарова Т. М. Специфіка сучасної української дитячої літератури. *Українські студії в європейському контексті* : зб. наук. пр. Мелітополь : ГО «Інноваційні обрії України», 2021. С. 79–86.
 27. Ватаманюк Г. Особливості використання дитячої книги в процесі розвитку творчості старших дошкільників. *Актуальні питання гуманітарних наук* : зб. наук. пр. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2020. С. 224–229. DOI: 10.24919/2308-4863.1/27.203419.
 28. Калініченко Т. С., Безгін К. С. Аналіз особливостей моделей комунікаційних процесів. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2021. Вип. 2 (13). С. 347–352.
 29. Огар Е. І. Культура дитячого видання: Основні складові успіху. *Поліграфія і видавнича справа* : наук.-техн. зб, 2002. С. 128–134.
 30. Попова Л. П, Попова О. І. Організація роботи учнів зі словниками в контексті вимог нової української школи. *Інновації в початковій освіті: проблеми, перспективи, відповіді на виклики сьогодення* : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2018. С. 59–61.
 31. Єрмоленко С. Я. Формування української мовної особистості. *Українознавство*. 2010. Вип. 1 (34). С. 120–123.
 32. Гузь О. П. Формування мовленнєвої та читацької компетентностей учнів Нової української школи. *Актуальні питання сучасної педагогіки: творчість, майстерність, професіоналізм* : зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф., 19 берез. 2021 р. Кременчук : Методичний кабінет, 2021. С. 654–661.
 33. Martins M., Belmiro C. A. Stylistic strategies in children's nonfiction books. *Verbal and visual strategies in nonfiction picturebooks*. 2021. P. 8–21. DOI: 10.18261/9788215042459-2021-02.

34. Kümmerling-Meibauer B., Meibauer J. How descriptive picturebooks engaged children in knowledge about coal, oil, and gas. *Verbal and visual strategies in nonfiction picturebooks*. 2021. P. 189–200. DOI: 10.18261/9788215042459-2021-14.
35. Unsworth L. Scaffolding reading of science explanations: Accessing the grammatical and visual forms of specialized knowledge. *Reading*. 1997. Vol. 31, № 3. P. 30–42. DOI: 10.1111/1467-9345.00061.
36. Качак Т. Б. Дитина-читач і специфіка рецепції як оптика дослідження літератури для дітей та юнацтва. *Окриленість словом* : зб. наук. пр. Івано-Франківськ : Місто НВ, 2019. С. 247–256.
37. Reese D. A., Harris V. J. “Look at this nest!” The beauty and power of using informational books with young children. *Early Child Development and Care*. 1997. Vol. 127, № 1. P. 217–231. DOI: 10.1080/0300443971270118.
38. Harvey S. Nonfiction inquiry: Using real reading and writing to explore the world. *Language Arts*. 2002. Vol. 80, № 1. P. 12–22.
39. Фіялка С. Б. Розмаїття засобів утримання читацької уваги в сучасній пізнавальній книзі для дітей. *Поліграфія і видавнича справа*. 2017. Вип. 2 (74). С. 163–173.
40. Марченко І. О., Ржевський Г. М. Технології покращення пам’яті у дітей молодшого шкільного віку. *Сучасні тренінгові технології для розвитку особистості: еко-тренінги* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 14 трав. 2020 р. Умань : УДПУ ім. П. Тичини, 2020. С. 66–69.
41. Максименко Н. Б., Барило С. Б., Бай І. Б. Міжпредметна інтеграція як засіб розвитку пізнавальної активності молодших школярів. *Імідж сучасного педагога*. 2022. Вип. 3 (204). С. 115–119. DOI: 10.33272/2522-9729-2022-3(204)-115-119.
42. Срібнюк А. В., Сойчук Р. Л. Характеристика вікових особливостей дітей молодшого шкільного віку. *Наука, освіта, суспільство очима молодих* : зб. матеріалів XII Міжнар. наук.-практ. конф., 15 трав. 2019 р. Рівне : РВВ РДГУ, 2019. С. 144.

43. Романова О. Інтеграція в початковій школі як могутній дидактичний засіб формування цілісної системи знань у свідомості молодших школярів. *Сучасні технології початкової освіти: реалії та перспективи* : зб. наук. пр. Київ : Міленіум, 2020. С. 147–156.
44. Іванчук М. Домінування інтеграції в освітньому процесі сучасної початкової школи: психолого-педагогічний аспект. *Естетика і етика педагогічної дії*. 2021. Вип. 24. С. 224–236. DOI: 10.33989/2226-4051.2021.24.255934.
45. Якименко С. Реалізація принципу дитиноцентризму на засадах особистісно орієнтованої інтегрованої технології в ДНЗ та ЗОШ І ступеня. *Молодь і ринок*. 2017. Вип. 8. С. 6–11.
46. Муращенко О. В. Дидактичний аспект формування міжпредметної структури навчальних знань та способів дій учнів в освітньому процесі початкової школи. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2019. Вип. 8 (92). С. 98–108.
47. White L. The place of non-fiction texts in today's primary school. *Synergy*. 2011. Vol. 9, № 1.
48. Güneş A., Güneş F. Teaching critical reading in schools and associate with education. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries*. 2017. Vol. 3, № 4. P. 961–966.
49. Ha T. A., Dang P. A. T. Non-fiction books on national culture for primary school children in the era of globalization: A conceptual study. *The Twelfth International Convention of Asia Scholars (ICAS 12)*. 2022. Vol. 1. P. 206–215. DOI: 10.5117/9789048557820/ICAS.2022.025.
50. Yopp R. H., Yopp H. K. Informational texts as read-alouds at school and home. *Journal of literacy research*. 2006. Vol. 38, № 1. P. 37–51. DOI: 10.1207/s15548430jlr3801_2.
51. Topping K. J. Fiction and non-fiction reading and comprehension in preferred books. *Reading Psychology*. 2014. Vol. 36, № 4. P. 350–387. DOI: 10.1080/02702711.2013.865692.

52. Elementary girls' science reading at home and school / Ford D. J., Brickhouse N. W., Lottero-Perdue P., Kittleson, J. *Science Education*. 2006. Vol. 90, № 2. P. 270–288. DOI: 10.1002/sce.20139.
53. Cushman W. P. A letter to parents. *The English Journal*. 1977. Vol. 66, № 7. P. 45–48. DOI: 10.2307/814363.
54. Hartsfield D. E., Kimmel S. C. Supporting the right to read: Principles for selecting children's books. *The Reading Teacher*. 2021. Vol. 74, № 4. P. 419–427. DOI: 0.1002/trtr.1954.
55. Burrows A. T. "Do Teachers Read?". *The Reading Teacher*. 1958. Vol. 11, № 4. P. 253–255.
56. May J. P. Non-fiction as literature: future teachers' evaluations. *Children's Literature Association Quarterly*. 1987. Vol. 12, № 4. P. 165–167. DOI: 10.1353/chq.0.0284.
57. Корольчук-Лях Ю. І. Застосування інтерактивних технологій на уроках хімії для дітей з особливими освітніми потребами. *Інклюзивне навчання в Новій українській школі* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 26–27 бер. 2018 р. Київ : Інтерсервіс, 2018. С. 135–138.
58. Pennell A. E., Wollak B., Koppenhaver D. A. Respectful representations of disability in picture books. *The Reading Teacher*. 2018. Vol. 71, № 4. P. 411–419. DOI: 10.1002/trtr.1632.
59. Fenlon A. G., McNabb J., Pidlypchak H. "So much potential in reading!" Developing meaningful literacy routines for students with multiple disabilities. *Teaching Exceptional Children*. 2010. Vol. 43, № 1. P. 42–48. DOI: 10.1177/004005991004300105.
60. Огар Е. Адресант у дитячій книзі як літературно-видавничій комунікації. *Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства*. 2014. Вип. 4. С. 441–449.
61. Ghiso M. P. Playing with/through non-fiction texts: Young children authoring their relationships with history. *Journal of Early Childhood Literacy*. 2013. Vol. 13, № 1. P. 26–51. DOI: 10.1177/1468798411430093.

62. Вернигора Н. М. До проблеми дискурсу текстів для дитячого сприйняття. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Вип. 55. С. 116–119.
63. Паливода Ю. В. Комунікаційні ролі учасників тандема автор—редактор. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2014. Вип. 44. С. 233–240.
64. Іванченко Р. Г. Літературне редагування. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ : Вища школа, 1983. 248 с.
65. Тимошик М. С. Редакторські посади у видавництві: фахові вимоги та функціональні обов'язки. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2005. № 1, т. 18. С. 44–48.
66. СОУ 18.1-02477019-11:2014. Видання для дітей. Загальні технічні вимоги. Київ : ДП «УкрНДЦ», 2014. 25 с.
67. Шпак М. М. Вікові особливості розвитку емоційного інтелекту молодших школярів. *Science and Education a New Dimension*. 2018. № 164, т. 68. С. 71–77. DOI: 10.31174/SEND-PP2018-164VI68-17.
68. Бондаренко П. О., Гальчинська О. С. Аналіз особливостей дизайну книг для дітей молодшого шкільного віку. *International scientific conference*. 28–29 груд. 2021 р. Рига : Baltija Publishing, 2021. С. 149–152. DOI: 10.30525/978-9934-26-178-7-38.
69. Чикалова Т. Г., Льода О. Є. Дитячий нон-фікшн як засіб розвитку наскрізних умінь молодших школярів. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку* : матеріали XVIII Міжнар. наук.-практ. конф., 7 лют. 2022 р. Київ, Тарту : ГО «ВАДНД», 2022. С. 405–409.
70. Вашуленко О. В. Емоційно-ціннісна складова у структурі читацької компетентності молодшого школяра. *Початкова школа*. 2013. Вип. 1. С. 13–17.

71. Мартиненко В. Сміслові читання молодшими школярами науково-художніх текстів. *Педагогічна освіта: теорія і практика*. 2019. Вип. 26. С. 332–340. DOI: 10.32626/2309-9763.2019–26–2.332-340.
72. Дмитріюк Н. Психологічні особливості емоційних переживань у молодшому шкільному віці. *Психологічні перспективи*. 2022. Вип. 39. С. 87–98. DOI: 10.29038/2227-1376-2022-39-dmt.
73. Качмар О. В., Барило С. Б., Добровольська Р. О. Сутність та інноваційний потенціал використання доповненої реальності в початковій школі. *Перспективи та інновації науки*. 2021. Вип. 5. С. 364–374. DOI: 10.52058/2786-4952 -2021-5(5)-364-374.
74. Закаблуковська О. О., Лупійко Л. В. Гра як інструмент розкриття навчально-дослідницького потенціалу учнів молодшого шкільного віку на інтегрованих заняттях в закладах позашкільної освіти. *Grail of Science*. 2022. Вип. 12–13. С. 606–608. DOI: 10.36074/grail-of-science.29.04.2022.105.
75. Про затвердження Державного стандарту початкової освіти : Закон України від 21.02.2018 р. № 87. *Законодавство України* : база даних / Верхов. Рада України. Дата оновлення: 06.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/87-2018-п#Text> (дата звернення: 19.11.2022).
76. Левкова А. Спільна мова. Як народжуються і живуть слова. Київ : Портал, 2020. 200 с.
77. Луцевська О. «Ї». Особлива буква. Київ : Портал, 2020. 36 с.
78. Генденштейн Л. Аліса в Країні Математики. Харків : Читарім, 2021. 180 с.
79. Кузякін Кузько. #щотакематематика?. Харків : Талант, 2018. 120 с.
80. Зоммер Ю. Велика книга квітів. Харків : Ранок, 2022. 64 с.
81. Дзюбак Е. Незвичайна дружба у світі рослин і тварин. Львів : Видавництво Старого Лева, 2021. 28 с.

82. Воллімен Д. Професор Астрокіт і неосяжний Космос. Львів : Видавництво Старого Лева, 2018. 72 с.
83. Рейнолдс Е., Стоббарт Д. Інженерія. Класна наука. Київ : #книголав, 2021. 80 с.
84. Марджі М. Scratch для дітей. Веселий вступ до програмування з іграми, малюнками, фактами і математикою. Львів : Видавництво Старого Лева, 2020. 368 с.
85. Люкас Л. Пригоди у Країні програмування. Тернопіль : Мандрівець, 2017, 112 с.
86. Джунєн К., Лосантос К. Тіло людини зовні. Київ : #книголав, 2020. 36 с.
87. Гастон К., Камара К. Тіло людини. Пізнавальна книжка-гра. Київ : Артбукс, 2018. 32 с.
88. Єгорушкіна К. Мої вимушені канікули. Харків : Vivat, 2022. 48 с.
89. Єгорушкіна К. Скриня. Київ : Портал, 2020. 36 с.
90. Галл С. Як розуміти мистецтво. Київ : #книголав, 2020. 96 с.
91. Велика книжка про спорт. Харків : Vivat, 2022. 400 с.
92. Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020 р.) Центр Разумкова : вебсайт. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r> (дата звернення: 25.11.2022).
93. Мельник О. М, Передон Н. О. Академічна ефективність застосування технології подкастингу у викладанні іноземної мови. *Перспективи та інновації науки*. 2022. Вип. 9 (14). С. 257–266. DOI: 10.52058/2786-4952-2022-9(14)-257-266.
94. Родінова Н., Громська В. Подкасти: світовий досвід та поширення в Україні. *Interaction of society and science: problems and prospects* : int. sci. conf., 15–18 June 2021. London. P. 176–180.

95. Євтушенко Г. І. Формування команди проекту та організація її ефективної роботи (теоретичний аспект). *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 4. С. 77–82.
96. Задорожна А. В. Цільова аудиторія: складність пошуку. *B2B маркетинг* : зб. матеріалів XIII Всеукр. наук.-практ. конф. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2019. С. 32–33.
97. Колонтаєвський О. П., Половинка В. А. Аналіз методів опису та сегментації цільової аудиторії для заходів інтернет-маркетингу. *Інтернаука*. 2018. № 6, т. 2. С. 22–24.
98. Кирилова О. Подкастинг як перспективний напрям медіадіяльності : кол. моногр. Дніпро : ДНУ ім. О. Гончара, 2022. С. 77–89.
99. Лещук О. Довіра в системі рекламних комунікацій. *KELM*. 2019. № 3–4. С. 147–153.
100. Шляхта О. М. SWOT-аналіз як інструмент стратегічного менеджменту підприємства. *Економічний простір*. 2012. № 68. С. 301–309.

ДОДАТКИ

Додаток А

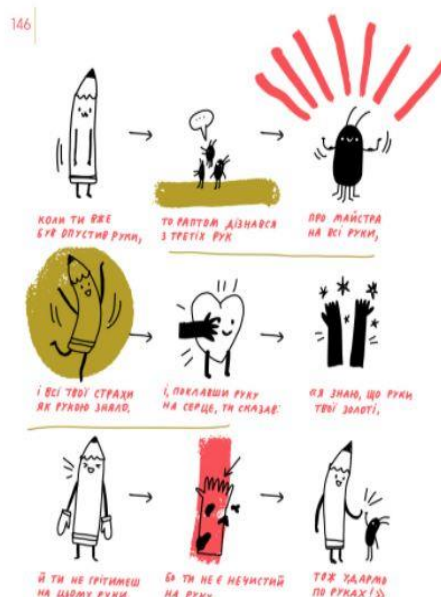
Освітня галузь	Мета	Компетентності учня за результатами вивчення
Мовно- літературна	Розвиток особистості здобувачів освіти із застосуванням засобів різних видів мовленнєвої діяльності; здатності спілкуватися українською мовою, мовами відповідних корінних народів і національних меншин для духовного, культурного і національного самовираження, користуватися ними в особистому і суспільному житті, міжкультурному діалозі; збагачення емоційно-чуттєвого досвіду, розвиток мовленнєво-творчих здібностей	Комунікативна, читацька
Математична	Розвиток мислення, здатності розпізнавати і моделювати процеси та ситуації з повсякденного життя, які можна розв'язувати із застосуванням математичних методів, а також здатності робити усвідомлений вибір	Математична
Природнича	Опанування знань, умінь і способів діяльності, розвитку здібностей, які забезпечують успішну взаємодію з природою, формування основи наукового світогляду і критичного мислення, становлення відповідальної, безпечної і природоохоронної поведінки здобувачів освіти у навколишньому світі на основі усвідомлення принципів сталого розвитку	Компетентності в галузі природничих наук, техніки і технологій, екологічна
Технологічна	Утворення здатності до зміни навколишнього світу з використанням засобів сучасних технологій без заподіяння йому шкоди, до використання технологій для власної самореалізації, культурного і національного самовираження	Компетентності в галузі техніки і технологій
Інформатична	Формування здатності до розв'язання проблем з використанням цифрових пристроїв, інформаційно-комунікаційних технологій та критичного мислення для розвитку, творчого самовираження, власного та суспільного добробуту, навичок безпечної та етичної діяльності в інформаційному суспільстві	Інформаційно- комунікаційна

Продовження додатку А

Соціальна та здоров'язбережувальна	Розбудова активної громадянської позиції, підприємливості, розвиток самостійності через особисту ідентифікацію, застосування моделі здорової та безпечної поведінки, збереження власного здоров'я та здоров'я інших осіб, добробуту та сталого розвитку	Соціальна
Громадянська й історична	Розвиток власної ідентичності та готовності до змін шляхом осмислення зв'язків між минулим і сучасним життям, активної громадянської позиції на засадах демократії, поваги до прав і свобод людини, толерантного ставлення до оточуючих, набуття досвіду життя в соціумі з урахуванням демократичних принципів	Громадянська
Мистецька	Формування цінностей у процесі пізнання мистецтва та художньо-творчого самовираження в особистому та суспільному житті, поваги до національної та світової мистецької спадщини	Культурна
Фізкультурна	Створення стійкої мотивації здобувачів освіти до занять фізичною культурою і спортом для забезпечення гармонійного фізичного розвитку, підвищення функціональних можливостей організму, вдосконалення життєво необхідних рухових умінь та навичок	Соціальна

Зміст освітніх галузей для здобувачів початкової освіти (адаптовано за [75])

Додаток Б



«Спільна мова. Як народжуються і живуть слова»

Додаток В



«І». Особлива буква»

Додаток Г



стинала голови драконів.— Але ж після цього у дракона буде не триста голів...

— А скільки ж? — здивувалась Аліса.— Аж після кожного помаху з'являються три нові голови... Ой! *Один* ж голова *знімає*!

— Так-так,— підхопила Лорина.— І тому після кожного помаху в дракона ставало не на *три* голови більше, а тільки на *два*!

Запала тиша. І стало чути, як Аліса бурмотить собі під ніс: «П'ять, сім, дев'ять...».

— Що ти рахуєш? — запитала Лорина.

— Я рахую, скільки голів ставало у дракона, коли лідар стинав одну по одній його голови,— пояснила Аліса.

— До трьохсот ти лічтимеш довго,— стурбовано мовила Едіт, але Аліса не зважала:

— ...одинадцять, тринадцять, п'ятнадцять...

— Досить! — вигукнула раптом Лорина.— До трьохсот можна не рахувати: і так уже все зрозуміло!

— А мені ще не зовсім усе зрозуміло,— знітилася Аліса, перериваючи лічбу.— Я тільки помітила, що виходять *випарні* числа...

— Ось у цьому й річ! — сказала Лорина.— Аж ти почала з *трьох* і давала щоразу по *два*.

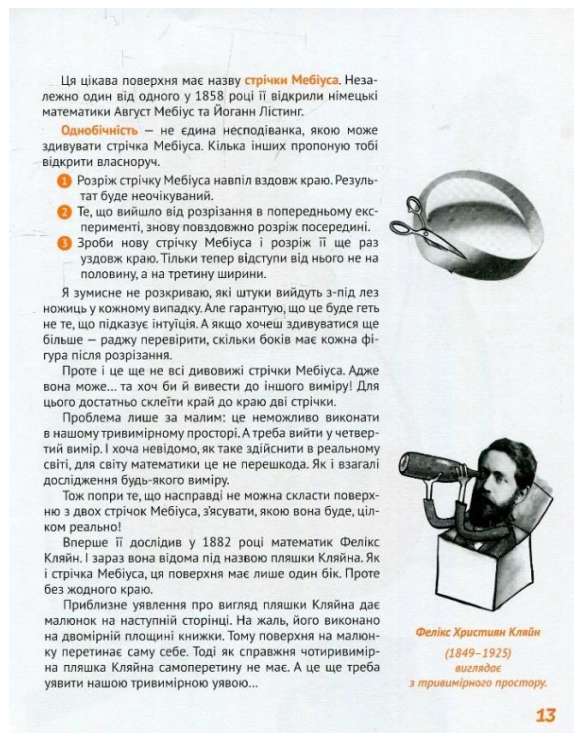
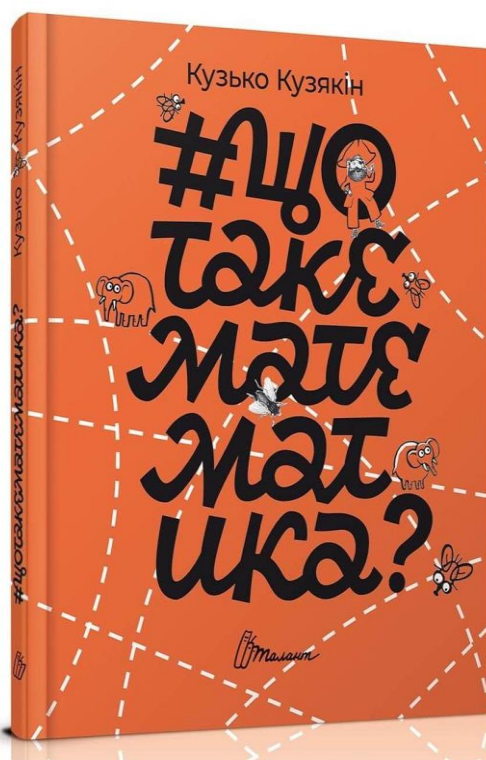
— Отже, *парне* число голів у дракона бути не може! — здогадалась Аліса.— Виходить, містер Доджсон міг просто назвати будь-яке парне число — і суперечність готова!

— Саме так я і вчинив,— зізнався містер Доджсон, і всі засміялися.

Коли човен пристав до берега, містер Доджсон запропонував зайти до нього в гості — він хотів почастувати дівчаток чаєм. Чаявання, як завжди у містера Доджсона, вдалося просто на славу: жарти і сміх без утагу перекочувалися від одного кінця столу до другого і навспак.

А коли дівчатка підвелися з-за столу, Аліса підійшла до великої книжкової шафи, яка стояла ліворуч від камина, і, схиливши голову, спробувала про-

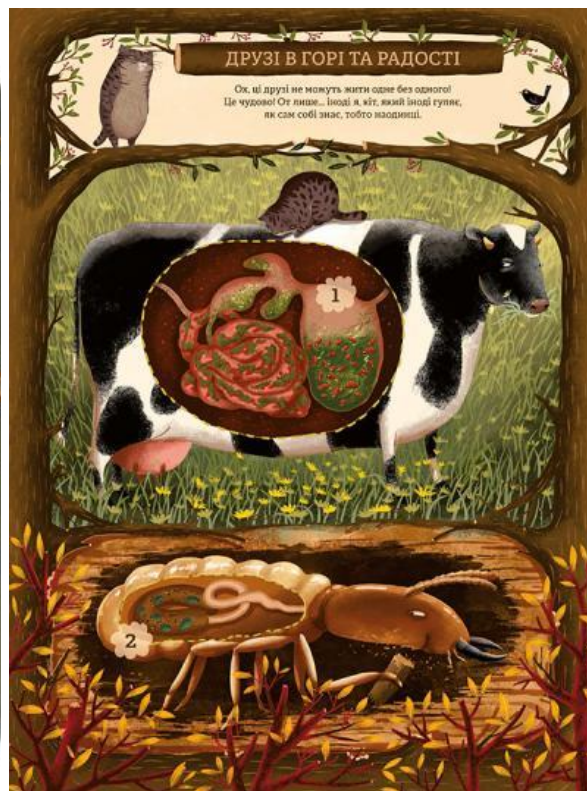
«Аліса в Країні Математики»



«#щотакематематика?»

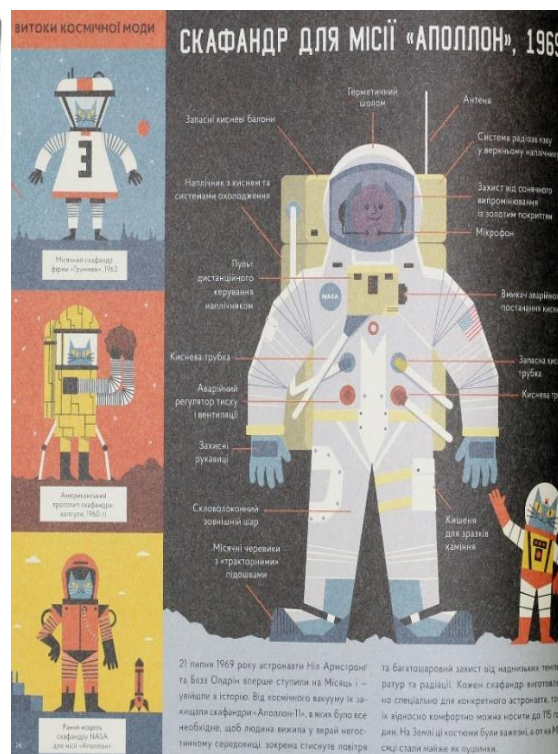


«Велика книга квітів»



«Незвичайна дружба у світі рослин і тварин»

Додаток И



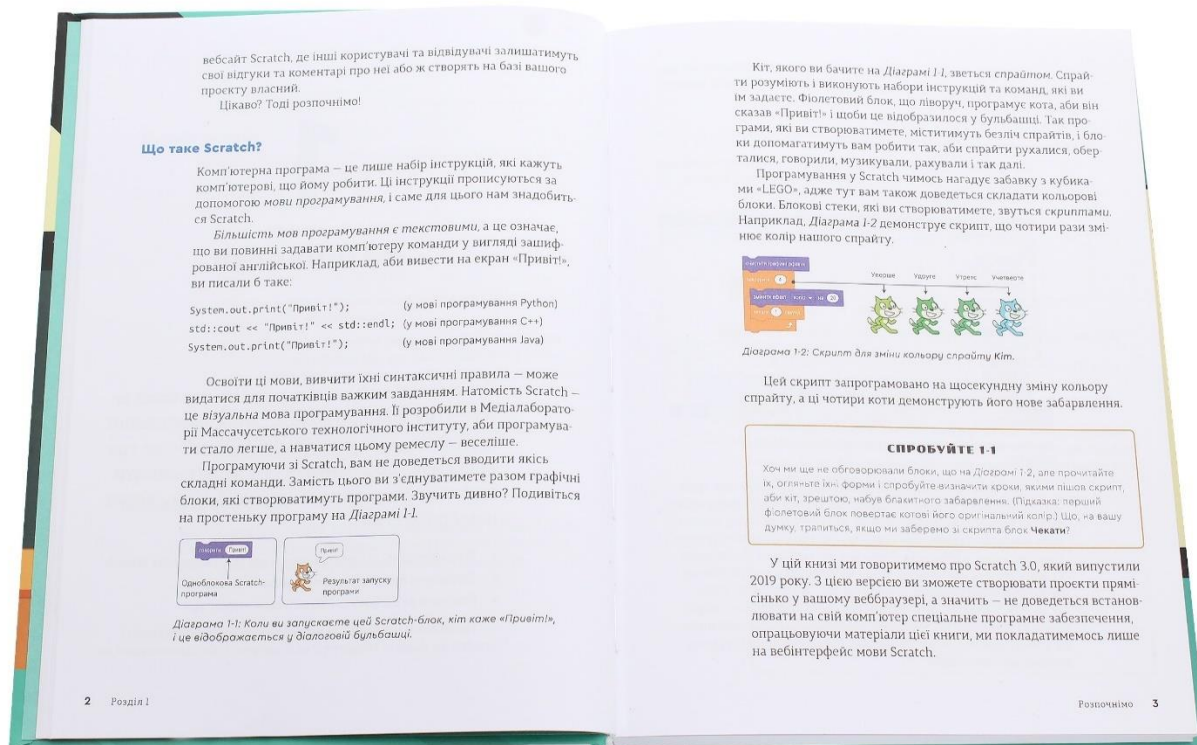
«Професор Астрокіт і неосяжний Космос»

Додаток К



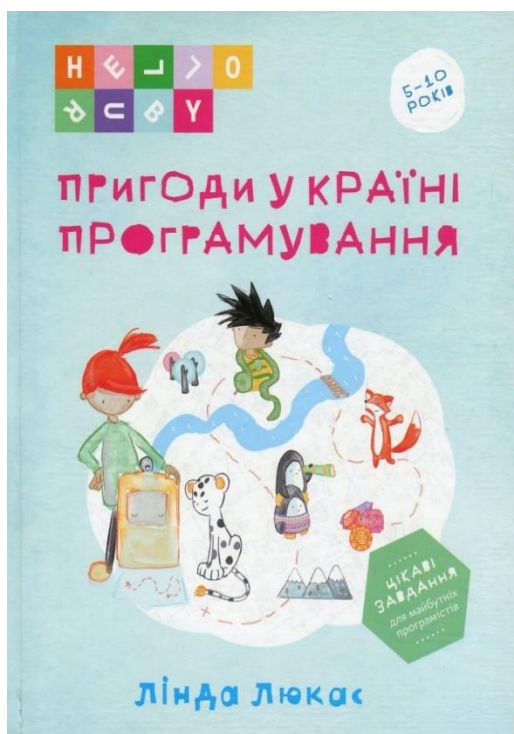
«Інженерія. Класна наука»

Додаток Л



«Scratch для дітей. Веселий вступ до програмування з іграми,
малюнками, фактами і математикою»

Додаток М



Завдання 1: Послідовність

Керуй маленькою Рубі

Чи не здавалося тобі, що Рубі була трошки зухвалою, коли прибирала в кімнаті? Вона навчилася цього від свого комп'ютера. Як ти гадаєш, якими мають бути інструкції для Рубі у таких ситуаціях? Візьми папірець і залиши їх для таких дій:

- Снідання
- Застеляння ліжка
- Приготування до сну
- Накривання на стіл

Приклад: Інструкція Рубі для "Чищення зубів":

1. Зайди у ванну кімнату.
2. Візьми свою щітку і поклади на неї одну горошинку зубної пасти.
3. Відкрий ротик і починай чистити зуби. Повторюй доти, поки не почистиш кожен зуб.
4. Візьми трішки води і сполощи ротик. Якщо у тебе ще залишилася паста на зубах – повтори. Якщо ні, то помий щітку, постав на місце і вийди з ванної кімнати.

Переконайся, що ти даєш мені команди у правильній послідовності! Я дуже швидкий і точний, коли розуміюся їх. Тільки одна така інструкція називається програмуванням!



Виконай самостійно

Виконуй це завдання у парі. Хтось один буде у ролі Рубі, а інший має дати інструкції. Почніть із "Снідання". Розкладіть що діє на малюнку й конкретні команди. Той, хто виконує роль Рубі, оповітиме, що не розуміє ці команди. Потім поміняйтеся ролями.



71

«Пригоди у Країні програмування»

Додаток Н



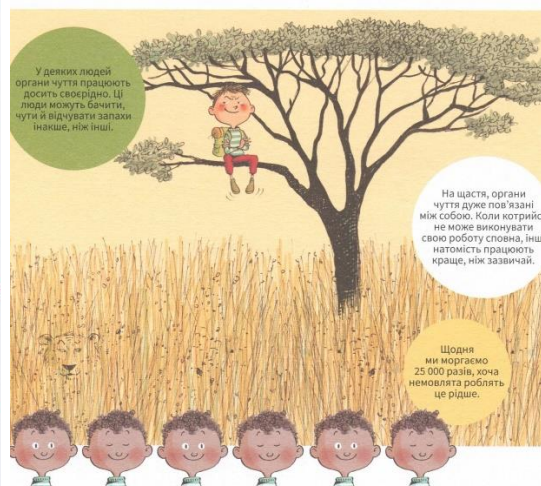
ВЗАЄМИНИ

Зір, слух, нюх, смак, дотик — це чуття, якими керує наш мозок. Так ми сприймаємо навколишній світ. Чуття допомагають насолоджуватися тим, що нас оточує. Та водночас вони ж і попереджають про небезпеку. Завдяки чуттям у нас з'являються певні емоції. Ми виражаємо їх за допомогою слів, жестів, різних реакцій — і так взаємодіємо з іншими людьми.

СПРИЙМАТИ
с. 4

ГОВОРИТИ
с. 9

РЕАГУВАТИ
с. 10



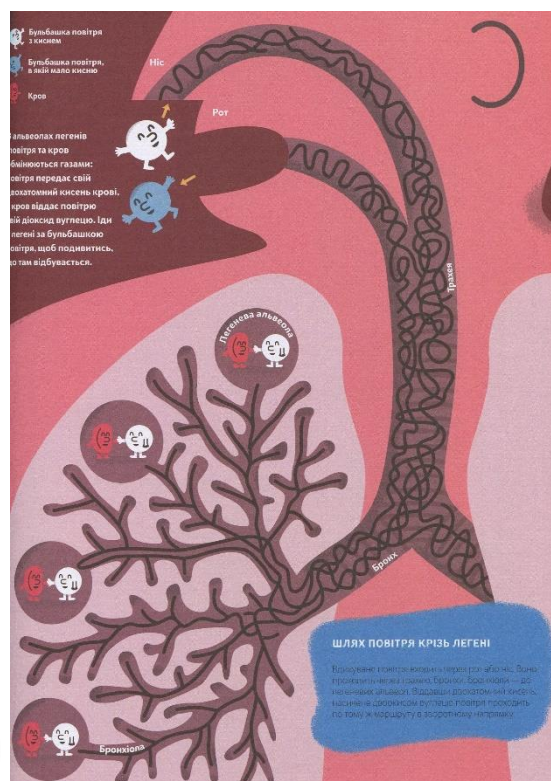
У деяких людей органи чуття працюють досить швидко. Ці люди можуть бачити, чути й відчувати запахи інакше, ніж інші.

На щастя, органи чуття дуже пов'язані між собою. Коли котрийсь не може виконувати свою роботу сповна, інші натомість працюють краще, ніж зазвичай.

Щодня ми моргаємо 25 000 разів, хоча немовлята роблять це рідше.

«Тіло людини зовні»

Додаток П



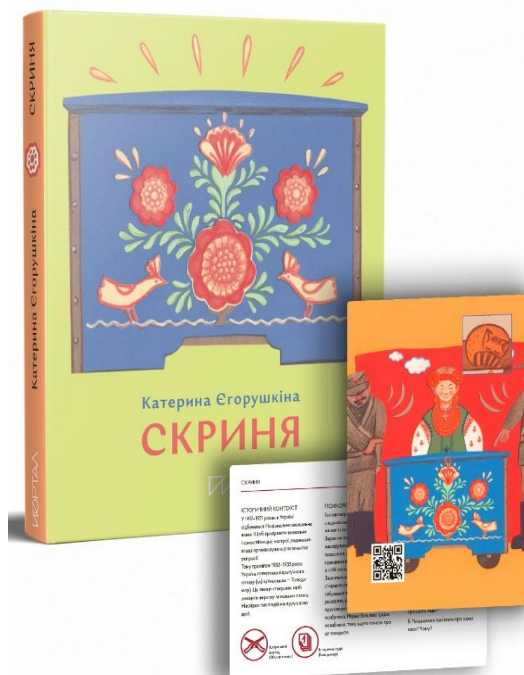
«Тіло людини»

Додаток Р



«Мої вимушені канікули»

Додаток С



На кожному дереві свій плід росте.
На сливці — сливи, на грушці — груші,
на яблуньці — яблука.
А на дереві життя усі ми ростемо.

«Скриня»

Додаток Т



«Як розуміти мистецтво»

Додаток У



«Велика книжка про спорт»

Додаток Ф

КП подкасти ☆ @ ☁				
Файл Змінити Вигляд Вставити Формат Дані Інструменти Розширення Довідка				
100% р. % 0.00 123 За умовча... 10 B I S A				
A1	тип	тип	тип	тип
1	тип	дата	допис	макет
2	Про проект	05.09	Подкаст «Критикіт» — це проект натхнених розмов, започаткований на ресурсі любові до дитячої літератури. - Разом із науковцями, редакторами, дослідниками, ілюстраторами, авторами Коментуємо Критично літературу для дітей. Тож гра слів і мовні алгоритми лягли в основу нашого імення: [крити ~ вважати критикою]; [kit ~ згадувати англійську та читати як «комплект»]; [крити] + [kit] = [комплект критики]. - У випусках говоримо про літературу для дітей, розмірковуємо про роль книжки в розбудові взаємин у родині, визначаємо причини та шляхи подолання «нечитання»; шукаємо ефективні методи зацікавлення юних читачів книгою; аналізуємо вплив війни на ринок дитячої книги; вмикаємо дизайн-мислення та проєктуємо того самого ідеально кваліфікованого редактора дитячої книги, за яким полюватимуть рекрутери найвідоміших видавництв. - Місія «Критикіт»: продемонструвати, що дитяча література — сучасний перспективний бренд, здатний захоувати в себе дітей, батьків, авторів, видавців... - Головне — любити та плекати цей бренд. - Любити всім серцем, дитинно, злотоцінно. - Плекати віддано, наснажено, істинно.	
			Сьогодні пташки наспівують про те, що нам час познайомитися! Я — Іванна, студентка другого курсу магістратури КПІ ім. Ігоря Сікорського за спеціальністю «Журналістика», а також співавторка цього затишного проєкту. Ще маньонькою почала колекціонувати газету «Казковий вечір», купатись у морі літер, подорожувати в часі з Алісою з Дивокраю та допомагати Герді визволяти Кая від чар Снігової Королеви, а запах нових сторінок книги — дотепер мій улюблений. Годинник і далі відбивав свої ритми, й розпочалася справжня подорож життям. Зі мною стала школа. З-під пера виходили вірші, казкові історії.	

Контент-план подкасту «Критикіт»