

УДК: 655.4:004.738.5:371.3
[https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-113-125](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-113-125)

ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕДАКТОРСЬКИХ ФУНКЦІЙ У ДОБУ КРОСМЕДІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО КОНТЕНТУ

ГЕРАСИМОВА Олена,

аспірантка,

Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, Україна, e-mail: olena_herasymova@knu.ua

ORCID – <https://orcid.org/0009-0008-2243-0550>

Стаття надійшла до редакції 28.06.2025 р.
Надіслано після редагування 29.08.2025 р.
Рекомендовано до видання 09.09.2025 р.

Цитування: Герасимова О. Трансформація редакторських функцій у добу кросмедійного навчального контенту. Образ. 2025. Вип. 2 (48). С. 113–125. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-113-125](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-113-125)

Вступ. Стрімка цифровізація освітнього процесу та впровадження кросмедійних форматів у навчальне книговидання зумовлюють необхідність переосмислення видавничих підходів. Брак ґрунтовних досліджень редакційно-видавничих трансформацій у сфері створення підручників із електронними додатками посилює актуальність теми.

Актуальність і мета. Дослідження спрямоване на виявлення змін у виробничих процесах навчального книговидання, спричинених впровадженням кросмедійного підручника. Основна мета – встановити зміни в компетенціях та функціях редакторів, зумовлені трансформаціями редакційно-видавничих процесів у навчальному книговиданні під впливом кросмедійного виробництва.

Методологія. У роботі застосовано метод анкетування редакторів навчальних видань, а також компаративний аналіз практик редакційної діяльності у сфері журналістики та видавничої діяльності, з урахуванням тенденцій медіаконвергенції.

Результати. З'ясовано, що перехід до кросмедійного виробництва вимагає розширення редакційних команд фахівцями з ІТ, оновлення внутрішніх комунікацій, набуття редакторами знань зі створення та оцінювання цифрового контенту, універсального дизайну та проєктного менеджменту. Виявлено недостатній рівень уваги видавництва до системного підвищення кваліфікації редакторів та відсутність власних стандартів роботи з електронним контентом.

Висновки. Дослідження вперше узагальнило редакційно-виробничі трансформації в освітньому книговиданні України під впливом кросмедійних технологій. Запропоновано розробити технологічну карту створення паперових підручників з електронними інтерактивними додатками, запровадити навчальні тренінги з адаптації редакторських компетенцій та систему професійного розвитку редакторів, що здатна забезпечити стабільну якість освітнього контенту в умовах швидких змін.

Ключові слова: кросмедійний підручник, крос-медіа, конвергенція, мультиплатформне виробництво, електронний підручник, електронні освітні ресурси, цифровий контент, видавництва навчальної літератури, редакційні команди.

Вступ. «Ми бачимо наш бізнес у такий спосіб, що більше ми не є видавцем... Наше завдання – створити диверсифікований бізнес, який дасть змогу нам налагодити зв'язок з нашою аудиторією навколо різних наших брендів...» [1, с. 52]. Ця цитата



© Author, 2025

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

генерального директора Hearst Magazines UK на момент 2012 р., яку наводить Джиліан Дойл (Gillian Doyle), свідчить про зміни в розумінні «сутності бізнесу з надання медіапослуг» [1, с. 52]. До перегляду суті медіадіяльності спричинився мультиплатформний підхід у виробництві й розповсюдженні контенту, викликаний зростанням впливу інтернету.

Ці міркування близькі до твердження, висловленого Крістофом Блезі (Christoph Bläsi) в огляді на теорію видавничої справи Майкла Бхаскара (Michael Bhaskar). К. Блезі запропонував думку про те що, зважаючи на появу навчальних платформ, продуктів програмного забезпечення у портфелі видавництв навчальних видань, уже важко дати визначення видавничій справі [2, с. 2].

В Україні 2024 року вступила в дію законодавча норма, що декларує появу нового видавничого продукту – підручника, «складовою якого є інтерактивний електронний додаток» (ст. 1 Закону України «Про освіту») [3]. Поява у видавничому портфелі кросмедійного продукту – свідчення мультиплатформного виробництва контенту, тобто такого підходу, коли різні версії або формати одного видання створюються для кількох медіаплатформ. Ці процеси характерні не лише для журналістики, де вони давно стали предметом дослідження [4; 5; 6; 7], а й для книговидавничої сфери, зокрема в сегменті навчального книговидання.

Видавництва навчальної літератури вже мають розвинуту практику створення кросмедійного підручника, що «передбачає виробництво та розподіл контенту у різних медіаформах між різними медіаплатформами за умови активної міжплатформної співпраці (переорієнтації частини працівників видавництва на одночасну роботу для кількох платформ) та створення міжплатформних зв'язків на основі “зв'язування точок” (термін А. Петерсен) через гіперпосилання, QR-коди, інтерактивні кнопки, кодові слова тощо» [8, с. 127].

Беручи до уваги досвід медіа зі створення кросмедійних продуктів, послідовним буде стверджувати, що видавці навчальних видань мали так само пройти або проходять реструктурування редакційних команд, виробничих процесів та зміни системи управління. Утім в Україні ці питання досі майже не перебували в полі дослідницької уваги. Проблем технології виробництва та моделей конвергенції між видавництвом та компанією-розробником програмного забезпечення торкнулися лише Марина Женченко, Оксана Мельник, Вікторія Мірошніченко та Ігор Женченко [9], пов'язуючи ці чинники з різноманітністю форматів електронних підручників і проблемами їх якості. Надія Фіголь причинами неналежної якості вважала «неузгодженість правил їхньої підготовки та оформлення, брак редакторського опрацювання, нераціональне використання можливостей електронних технологій» [10, с. 90].

Пропоноване дослідження спирається на гіпотезу того, що процеси, які відбуваються в журналістиці під впливом кросплатформного виробництва та дистрибуції, подібно переживає і книговидавнича справа, зокрема галузь навчального книговидання. Теоретичною рамкою для порівняння виступає концепт медійної конвергенції – як технологічної, так і організаційної – що веде до змін у структурі виробництва, професійних ролях та підходах до дистрибуції. З огляду на результати досліджень у ньюзрумах медійних компаній, стаття побудована на таких дослідницьких питаннях:

1. Чи відбувалися організаційні зміни в редакціях видавництв навчальних видань внаслідок переходу до кросплатформного виробництва?
2. Як редактори видавництв навчальних видань адаптувалися до кросмедійного виробництва?
3. Чи вистачає редакторам навчальних видань компетенцій для роботи з кросмедійним виданням?

Завдання дослідження – поступово відповісти на три поставлені дослідницькі питання. *Мета*: встановити зміни в компетенціях та функціях редакторів, зумовлені

трансформаціями редакційно-видавничих процесів у навчальному книговидавництві під впливом кросмедійного виробництва.

Методи дослідження. Оскільки культура редакцій навчальних видавництв в Україні під час переходу до конвергентних практик не здобула широкого наукового висвітлення, методологія дослідження покладається на наукові розвідки, що відбувалися у закордонних ньюзрумах засобів масової інформації. Основний дослідницький процес відбувається за перенесення аналітичного підходу із журналістики на видавничу справу. Спільною основою для обох сфер є медійна конвергенція. Перебіг дослідження можна узагальнити в сім етапів:

1. пошук і систематизація наукових розвідок, присвячених темі конвергенції в медіа та змінам практик виробництва контенту;
2. вибір методів та інструментів дослідження з відібраної тематичної літератури;
3. створення анкети для пілотного опитування одного видавництва навчальної літератури;
4. проведення пілотного опитування серед представників редакції Українського освітянського видавничого центру «Оріон»;
5. аналіз результатів пілотного опитування та адаптування анкети під ширше коло респондентів (із різних видавництв);
6. розповсюдження опитування серед видавництв навчальної літератури, що беруть участь у конкурсному відборі підручників для здобувачів повної загальної середньої освіти 1–3 та 8 класів у 2025 році;
7. аналіз результатів відповідно до поставлених дослідницьких питань та підбиття підсумків.

Для створення джерельної бази дослідження бралися публікації, не старіші 2016 року. Пошук відбувався першочергово у базах Web of Science, Scopus, окрім них: Research Gate, Google Scholar. Ключами для пошуку релевантної літератури були educational media, transformation, digital education, convergence, newsroom, cross-media.

У проаналізованих дослідженнях застосовувалися якісні (кейс-стаді, інтерв'ю) та кількісні методи дослідження (анкетування).

У порівняльному дослідженні редакційних стратегій кросмедійного виробництва новин у шести європейських ньюзрумах автори визнали, що вивчення редакторських практик шляхом інтерв'ювання чи спостереження давало свої плоди у межах невеликої вибірки. Тоді ці методи давали справді цінні інсайти. Натомість для побудови ширшої картини конвергентних культур у європейських ньюзрумах вони застосували кількісний метод [11, с. 886].

Оскільки в українському науковому просторі видавничі команди чи редакційні процеси в навчальних видавництвах майже не ставали об'єктом дослідження для збирання думок редакторів обрано метод опитування із закритими і відкритими запитаннями. Спершу проведено пілотне опитування серед працівників редакції видавництва навчальної літератури, в якому авторка дослідження мала попередній досвід професійної діяльності, – УОВЦ «Оріон». Вибір видавництва зумовлений не лише доступністю, але й високим рівнем мотивації респондентів та готовністю до співпраці. Це дало змогу зібрати розгорнуті та чесні відповіді, перевірити коректність формулювань запитань, логіку анкети та її змістовне наповнення. Мета пілотного дослідження полягала у тестуванні анкети перед основним етапом опитування, який планувався у кількох видавництвах. Доопрацьована анкета містила 30 запитань, – а не 40, як було на початку, – та меншу кількість відкритих питань.

Опитування поширювалося як гугл-форма під час конкурсного відбору підручників та посібників для здобувачів повної загальної середньої освіти у квітні 2025 року. Для ширшого залучення видавництв до процесу розробки й розповсюдження опитування залучалися Асоціація українських редакторів та Український інститут розвитку освіти. Обидві організації надавали свої рекомендації щодо побудови анкети та поширювали

опитування через свої канали зв'язку з видавництвами. Анкета опублікована в репозитарії Zenodo [12].

Опитування адресувалося працівникам редакції, редакторам без розподілу їх на рівні: в анкетуванні могли брати участь як редактори середньої ланки, так і провідні чи головні редактори. Та варто зазначити, що закордонний досвід збирання інформації від редакторів і журналістів ньюзрумів показав, що є сенс розділяти респондентів за рівнем їх відповідальності. До прикладу, науковці в дослідженні «Конвергентна культура в європейських редакціях» підкреслюють вибір головних, провідних редакторів, керівників відділів для виявлення технологічних бажань, перепон і прогалин на шляху до конвергенції, адже саме вони є тими, хто «повинні передбачати потенціал і ризики нових практик, структур і технологій; саме вони повинні домовлятися з персоналом і переконувати стійких журналістів у перевагах нових редакційних робочих процедур» [11, с. 887]. Утім, для українського контексту, на жаль, поки такий розподіл відповідей респондентів не видається реальним через низький рівень залученості, особливо з огляду на зайнятість управлінського персоналу видавництв.

Для створення анкети проаналізовано шкільні підручники для 3-го й 8-го класів, що були подані на конкурсний відбір 2025 року. Предметом аналізу слугували вихідні дані видання (зокрема склад редакційно-видавничої команди) та формат електронного інтерактивного додатка (самостійна вебсторінка, самостійна платформа, розділ на сайті видавництва тощо). Відповідно до поставлених дослідницьких питань, опитувальник складався з 5 блоків: видавничий процес, співпраця з автором, робота редактора, стандарти й демографічний блок. Для відповіді на третє дослідницьке питання про достатність компетенцій респонденти могли оцінити свій рівень самостійно та власноруч прописати бажані теми для підвищення кваліфікації.

Результати й обговорення. Вивчаючи взаємозв'язки технологічних змін і конвергенції в медійних організаціях на кейсі Громадського мовлення Баварії, Клаус Меєр (Klaus Meier), Ізабель Бракер (Isabel Bracker) та Мелані Верховнік (Melanie Verhovnik) визначили чотири категорії викликів, із якими стикаються медіа на тлі трансформаційних процесів: аудиторія; медіапродукт і контент; зміни в практиках журналістської діяльності; нові цифрові/віртуальні технології досліджень, виробництва й публікування [13]. Усі перелічені категорії осутнюють трансформацію в медіях.

Для впровадження кросмедійного виробництва варто більше уваги надавати тій професійній культурі, яка вже панує в редакції [11; 13; 14]. Аналіз наукових джерел на тему конвергенції ЗМІ виснував, що виявлення проблем якості медіаконтенту, стан інституалізації конвергентної журналістики у ньюзрумах можна з'ясувати шляхом збирання даних від редакторів і журналістів. Вивчаючи трансформації медійних компаній, науковці переконують у необхідності відстежувати зміну думок та ставлень журналістів у ньюзрумі, котру Клаус Меєр називає чи не найбільшим викликом [11, с. 887].

До того ж у компаративному дослідженні журналістики європейських країн автори пов'язують якість кросмедійного виробництва з фаховістю журналістів: «Крім того, ставлення журналістів загалом позитивне, але багато хто вважає брак підготовки, перевантаження роботою та бізнес-орієнтовані стратегії основними перешкодами для якості кросмедійного виробництва» [11, с. 886]

Алі Ель Такач (Ali El Takach), Фарах Нассур (Farah Nassour) та Хусін Хосе Хехасе (Hussin Jose Hejase) пов'язали міру трансформації ліванських ЗМІ з адаптацією журналістів до цифрової ери, побудувавши своє дослідження на опитуванні журналістів щодо «цифрових навичок журналістів у медіаорганізаціях, їхнього ставлення до нових цифрових інструментів, їхніх знань про ці інструменти та їх використання» [14, с. 156].

За аналогією до журналістських практик, зроблено висновок, що внаслідок появи кросмедійного підручника – друкованого підручника з електронним інтерактивним додатком – та переходу до кросплатформного виробництва редакційні процеси у видавництвах навчальної літератури зазнали змін. Щоб виконати поставлені в цьому

дослідженні завдання, ми пішли шляхом збирання думок редакторів видавництв навчальної літератури для конструювання опису трансформацій у редакційно-видавничих процесів.

В опитуванні, що тривало з 18 березня по 1 квітня 2025 року, взяло участь 12 редакторів з восьми видавництв: «Світ», «Алатон», «Підручники і Посібники», УОВЦ «Оріон», «Атлант», «Гімназія», «Світлич», «Гене́за». Серед респондентів є троє представників менеджерської ланки видавництв: головна редакторка, заступник головного редактора й 1 директорка методичної служби видавництва; та 9 редакторів середньої ланки. Усі респонденти мають понад шестирічний досвід роботи з навчальними виданнями. 10 із 12 опитаних редакторів мали досвід авторства чи співавторства навчальних видань.

Подальший виклад результатів дослідження відповідає розв'язанню дослідницьких питань.

Організаційні зміни в редакціях видавництв навчальних видань внаслідок переходу до кросплатформного виробництва. Поява кросмедійного продукту спонукає видавництва перебудовувати склад редакційних команд над одним виданням. У трьох видавництвах, за свідченнями редакторів, над одним підручником з електронним додатком працює тільки один редактор. В одному видавництві над кросмедійним підручником працюють 2 редактори та ще у трьох – 3 й більше редакторів. Окрім перегляду організаційної структури, видавцям доводиться адаптувати внутрішню комунікацію під нові вимоги. Адже створення контенту під кілька платформ вимагає тісного творчого й операційного зв'язку між тими фахівцями, що створюють контент.

41,7 % опитаних вважає, що над кросмедійним підручником мають працювати окремі команди, яких об'єднує один редактор. 33,7 % висловили свою думку, що доцільно працювати одній команді над контентом для різних носіїв інформації – друкованого та електронного – і для кожної платформи має бути призначено свого редактора. Щодо єдиної команди, яка працює паралельно на друковану та електронну частини підручника під централізованим керівництвом одного редактора, висловилися 25 % опитаних. У пілотному анкетуванні редакторки УОВЦ «Оріон» пояснювали перевагу в одночасній роботі одного редактора на два медіуми тим, що друкована та електронна компоненти видання сильно пов'язані. Утім, одна з респонденток зазначила, що від роботи двох редакторів теж може бути своя користь: «Для роботи з електронною версією необхідне ґрунтовне знання друкованої версії. Хоча, на мій погляд, добре, коли є можливість роботи і з друкованою, і з електронною версією двох редакторів, кожен може звернути увагу на різні моменти, тож підручник буде більш якісним».

Редактори усіх восьми опитаних видавництв висловилися про необхідність впроваджувати нові ролі для створення кросмедійного контенту. Найбільш затребуваними спеціалістами виявилися такі: вебдизайнер, методист цифрового навчального контенту й контент-менеджер. Найменше у видавництвах створювалися посади під моушн-дизайнерів – фахівців, що працюють над анімуванням графіки у відеоконтенті. Розподіл фахівців, яких наймали видавці, можна бачити на рис. 1.

У семи видавництвах з восьми редактор співпрацює з IT-фахівцями та іншими розробниками електронного контенту. Логічно, що така комунікація впливатиме на компетентнісний портрет майбутнього редактора й вимагатиме «базові знання технологічної сторони проєкту, щоб мати змогу оптимізувати процес» [15, с. 154]. Така тенденція вже помітна на закордонному ринку навчальних видавництв.

Створення цифрового навчального контенту – відносно нова й не така налагоджена ланка виробництва в Україні, як створення друкованих видань. Тож постає питання постачальників контенту. Тепер автор друкованої частини видання не обов'язково є автором і постачальником контенту для електронного додатка. Сімнадцять опитаних видавництв притаманна історія, коли автор чи авторка контенту для друкованої версії підручника одночасно надає електронні матеріали чи пропозиції з електронним контентом. Утім, п'ять із восьми видавництв також мають у штаті окремого працівника,

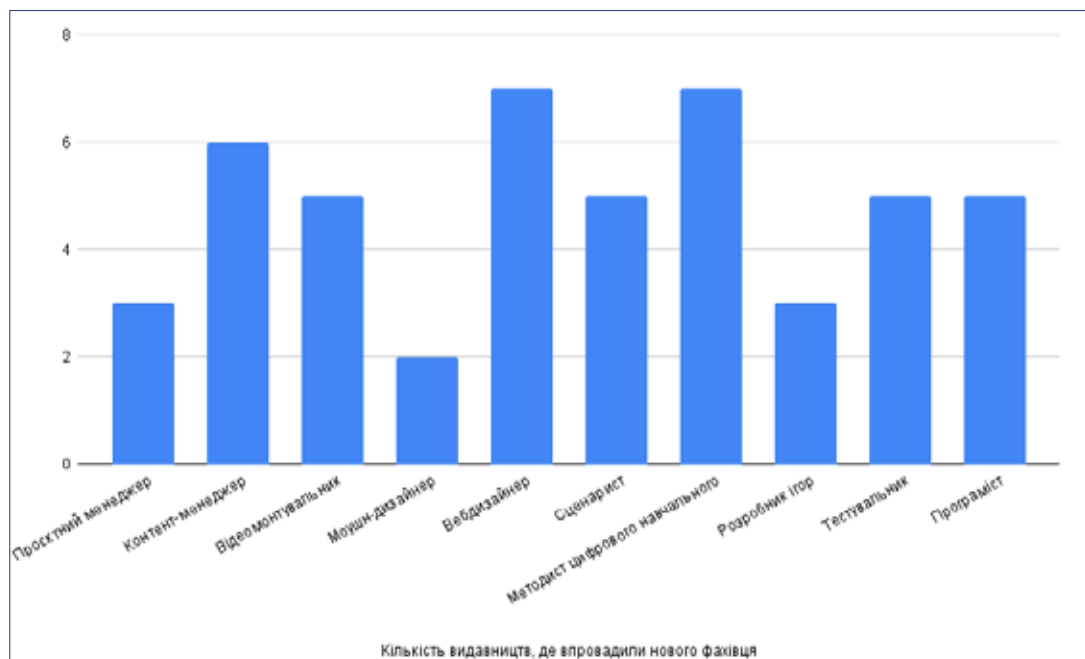


Рис. 1. Професії, що з'явилися у видавництвах навчальних видань з появою кросплатформного виробництва контенту

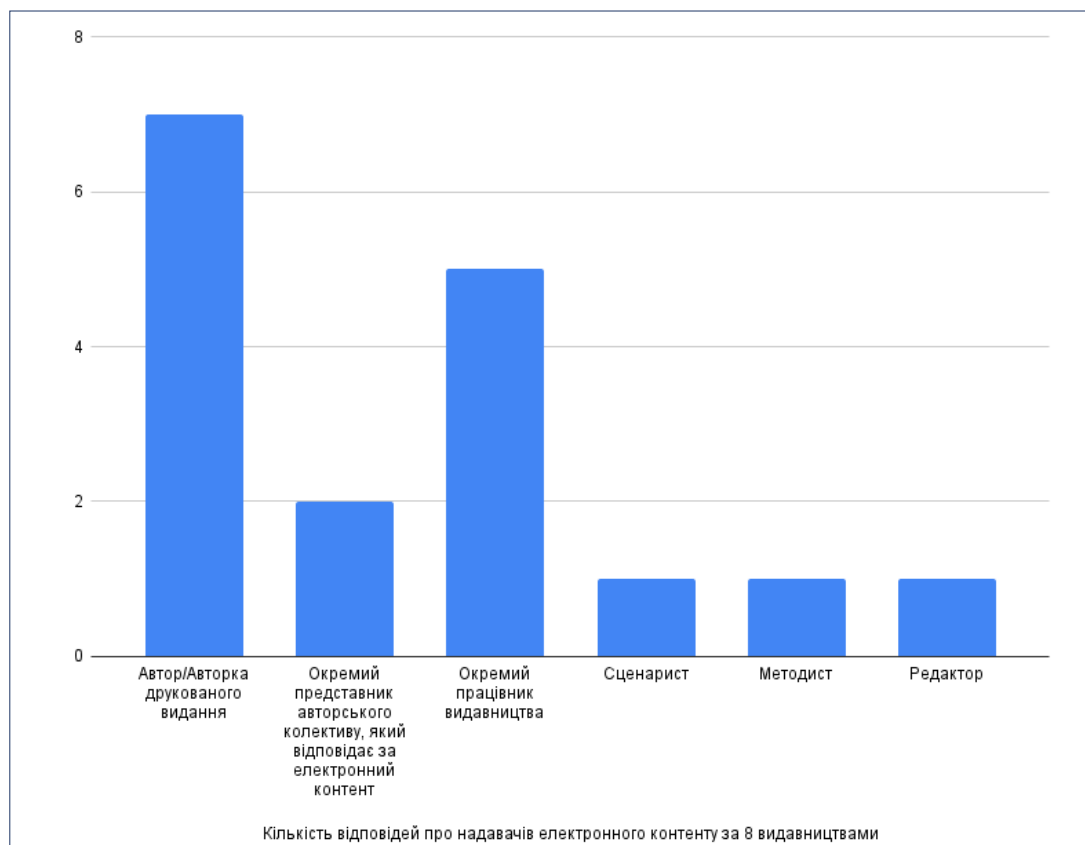


Рис. 2. Постачальники електронних матеріалів чи пропозицій із цифровим контентом для підручника/посібника у видавництвах

що відповідає за електронний контент. Поодинокими є випадки, коли цифровий контент створює редактор, методист чи сценарист (див. рис. 2). Зрештою, редактори зазначають, що ситуація різнитиметься від підручника до підручника. Водночас 90 % редакторів, що взяли участь в опитуванні, мали досвід авторства чи співавторства навчального контенту.

Вісім з дванадцяти редакторів змогли окреслити додаткові посадові обов'язки, що з'явилися в них під час роботи з цифровим навчальним контентом. Один із респондентів зазначив, що довелося шукати час, тож кількість операційної роботи, очевидно, збільшилася. Узагальнивши результати, у редакційно-видавничому процесі можна зважати на такі додаткові операції: вивчення вимог до цифрового контенту, пошук шляхів оптимізації витрат, монтування відео, створення інтерактивних вправ і тестів, підготування сценарного матеріалу, адаптування матеріалу для HTML-верстальників, тестування інтерактивних матеріалів, дослідження програмного забезпечення, контролювання та управління контентом, підготування контенту за принципами універсального дизайну.

Отже, з переходом до кросплатформного виробництва контенту у видавництвах стало питання, скільки редакторів і команд мають працювати на одним підручником, як розмежовувати їхні обов'язки та вибудовувати послідовність процесів. Для редакторів збільшилося коло взаємодій з фахівцями, з якими вони не співпрацювали за мономедійного виробництва. Також додалося більше обов'язків, що пов'язані зі створенням електронного контенту, його обліком, тестуванням та стратегічними рішеннями щодо форматів видань.

Адаптація редакторів до кросмедійного виробництва. Редакторам навчальних видавництв довелося опановувати нові інструменти для створення цифрового контенту, досліджувати вимоги, розроблені до електронних освітніх ресурсів, та замислюватися над питаннями аудиторії з позиції користувача програмного забезпечення. Найбільше їхньої уваги забирали дослідження програмного забезпечення та сервісів для створення цифрового інтерактивного контенту. З появою електронних додатків редакторам випадає окремий етап роботи з авторами в доважок до того, що забезпечує випуск друкованого підручника.

Перед редакторами постає виклик оцінити авторський матеріал, наданий для електронного інтерактивного додатка, визначити потрібні й зайві одиниці контенту. В опитуванні половина редакторів зазначили, що вимагають від автора обґрунтування доцільності мультимедійного контенту. Відмовляти авторам у додаванні електронних ресурсів редакторам також доводиться. Хоча двоє редакторів відзначили авторський абсолют у рішенні збагачувати друкований підручник цифровим ресурсом, тож не беруть на себе відповідальності щодо визначення його доречності. Найчастішими причинами відмов є заскладна лексика і контент з ресурсу видавництва-конкурента. До запропонованих варіантів відмов редактори також додавали обмеження технічного характеру, як-от: неможливість зберегти контент на видавничому диску чи невідповідність структурі е-дodatка. Детальний розподіл причин відмов наведено на рисунку 3.

Порівнюючи свою роботу з друкованим підручником, редактори стверджують, що під час підготування цифрових навчальних матеріалів вони стикнулися з більшим обсягом обов'язків – що пов'язано і з кількістю контенту, і з різноманітністю, – та потребу опанувати більшу кількість цифрових застосунків і платформ. Щодо операційних завдань, то редактори стверджують про появу ланок добирання зображальних матеріалів, перевіряння джерел, редагування сценаріїв, координування роботи різних фахівців, роботи з аудіоконтентом. До того ж тепер доводиться більше часу витрачати на розміщення та упорядкування контенту, тестування його на різних девайсах для коректного відображення. Поява додаткових операцій у редакційній діяльності спонукає редакторів жалітися на брак часу та невміння ним керувати.

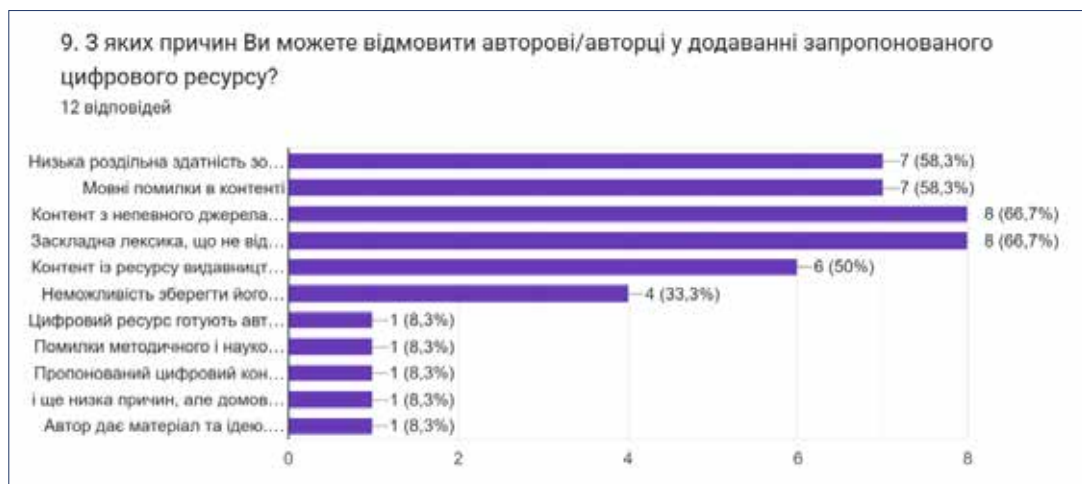


Рис. 3. Причини відмови авторів/авторці у додаванні запропонованого цифрового ресурсу

Щоб адаптуватися до кросмедійного виробництва, редакторам довелося дослідити й опанувати багато нового матеріалу. Редакційні колективи наситили виробничий процес додатковими етапами роботи, щоб перевіряти контент, обговорювати його доцільність з автором, прописувати задум для технічних спеціалістів, упорядковувати й обліковувати файли, адаптувати його під різні формати відображення.

Компетенції редакторів для роботи з кросмедійним виданням. 7 редакторів зазначили свій рівень як такий, що ще мають вчитися, і 5 – як такий, що всіх знань достатньо. Відповіді редакторів щодо бажаних навичок для роботи з цифровим контентом, які потрібно в собі дорозвинути, можна розділити за трьома категоріями: проєктний менеджмент, створення цифрового контенту, універсальний дизайн. Фактично редактори говорять про потребу у знаннях зі сфер інформаційних технологій, управління та адміністрування. Надані відповіді редакторів, розподілені за трьома категоріями, наведено в таблиці 1.

Таблиця 1.

Навички, яких бракує редакторам видавництва навчальних видань у зв'язку з кросмедійним виробництвом

Категорія	Проєктний менеджмент	Створення цифрового контенту	Універсальний дизайн
Бажані навички редакторів	знаходити час; знаходити баланс вимог та вмінь; координування роботи команди; професійні навички проєкт-менеджера, контент-менеджера	найбільш ефективні застосунки для створення інтерактивних вправ, які можна інтегрувати у платформи ВШО та Google Sites; навчитися працювати з відеоредакторами, створювати анімацію, інструменти онлайн-взаємодії; професійні навички програміста, вебдизайнера, тестувальника	застосування вимог веб-безбар'єрності

Опанування принципів безбар'єрності цифрового контенту мало б належати до стандартного набору знань і вмінь редактора електронного контенту. Наше опитування мало спеціальний блок, що висвітлює підходи видавництва до визначення якості цифрових ресурсів. Отож редактори беруть до уваги тільки українські стандарти,

чи радше правила роботи з електронним контентом: вимоги до інтерактивного електронного додатка до підручника [16], Положення про електронний підручник [17], технічні вимоги до освітніх матеріалів, що можуть бути розміщені та оприлюднені на вебплатформі «Всеукраїнська школа онлайн». Лише один редактор використовує протокол National Distance Education University of Spain (UNED) для роботи з електронним контентом. Натомість тільки 3 видавництва з 8 мають власні стандарти для роботи з електронними продуктами. 5 видавництв не мають також єдиного стилю цитування цифрового контенту зі сторонніх джерел, натомість двоє мають власний стандарт цитування за політикою видавництва; одне видавництво користується ДСТУ 8302:2015. «Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

Висновки та перспективи. Зміна концепцій медійних продуктів, бізнес-моделей ЗМІ та їх конвергенція з іншими сферами, зокрема ІТ, породжує дослідницький інтерес до трансформацій організаційних процесів виробництва контенту та в культурі ньюзрумів. Науковці, що вивчали перехід медійних організацій до конвергентних практик, дійшли висновку, що якість мультиплатформного контенту залежить від настроїв журналістів, їхньої мотивованості до зміни редакторських практик та рівня усвідомленості.

Викладене дослідження виявило зміни у редакційно-видавничих процесах видавництв навчальної літератури, пов'язаних із появою кросмедійного підручника. Видавництва мали розширити редакційну команду фахівцями нового профілю, як-от: вебдизайнер, веброзробник, методист цифрового навчального контенту, сценарист, контент-менеджер, тестувальник тощо. Під ці позиції розроблялися спеціальні ланки у потоці операційної діяльності зі створення підручника. Крім того, із цими спеціалістами мають взаємодіяти редактори, для чого мусять розуміти основи їхньої діяльності.

Зазнала змін і комунікація з авторами. Імовірно, редактори більше проникають в авторську діяльність за тривалий час роботи з навчальними виданнями та здобувають високий рівень педагогічної експертизи. Це може також наводити на думку про більшу автономію редакторів у площині електронного контенту, хоча цього дані дослідження показують, що тільки 25 % редакторів вважають, що їхній вплив на авторський задум збільшився, як порівняти з роботою над паперовими виданнями.

Редактори окреслили додаткові завдання, які виникають для підготування цифрового контенту. Тож у перспективі є потреба оновити технологічну карту редакційно-виробничого процесу з урахуванням ланок створення й опрацювання електронних одиниць контенту. Упорядкування етапності та структури виробничого процесу дасть змогу віднайти технологічні рішення для оптимізування витрат ресурсів та поліпшення якості контенту.

Редактори змогли адаптуватися до кросплатформного виробництва шляхом самонавчання. Утім, вони все одно відчують брак знань вебінструментів. Для ефективної роботи редакторам не вистачає навичок з управління контентом, координування роботи різних фахівців, з якими не доводилося співпрацювати за мономедійного виробництва.

Тільки 3 видавництва з 8 розробили свої стандарти для роботи з електронними продуктами. Водночас редактори не ознайомлені з підходами до оцінювання електронних освітніх ресурсів, які валідні за кордоном, і надають перевагу українським вимогам до електронного підручника, електронного інтерактивного додатка тощо. Такий обмежений професійний погляд на цифровий навчальний матеріал не сприяє підвищенню рівня якості кросмедійного підручника та потребує ширшого наукового висвітлення.

Це дослідження доводить, що редактори навчальної літератури усвідомлюють трансформаційні зміни у виробничих процесах та своєму фасі. Натомість у видавництвах навчальних видань немає практики регулярного підвищення кваліфікації редакторів

чи тактичних тренінгів з переорієнтації на мультиплатформні процеси, як це відбувається у європейських ньюзрумах. Подібне ставлення управлінської ланки видавництва може призвести до суттєвих втрат якості видавничого продукту і загрожує здаванням позицій на користь студій цифрового контенту.

Українські наукові розвідки присвячені проблемам електронних підручників, електронних освітніх ресурсів, проте не причинам невтішних оцінок якості навчальних видань. До того ж осмислення трансформацій та систематизація з'являються у наукових працях вже як констатація проблем, адже всі зміни в освіті відбуваються похапцем, як реакція на непередбачувані обставини (COVID-19, війна) [18]. Натомість у дослідженні трансформаційних процесів Баварського громадського мовлення [13] опитані журналісти наголошували на тому, що бар'єром для впровадження інновацій стає недоосмислення попереднього власного досвіду чи паралельного досвіду своїх колег. На фаховому рівні журналісти бачать, які висновки можна було зробити, але медіаорганізації щоразу винаходять колесо. Подібна ситуація може спіткати й видавництва навчальних видань, якщо не відбудеться наукового втручання на рівні підготування нових кваліфікованих кадрів та перекваліфікації.

Подяки. Авторка висловлює щирі подяки Українському інституту розвитку освіти (<https://uied.org.ua/>) та Асоціації українських редакторів (<https://www.uaredactor.com.ua/>) за цінну консультативну допомогу під час редагування опитувальника та сприяння у його розповсюдженні серед колективів видавництв навчальних видань. Участь цих організацій сприяла підвищенню якості інструменту збирання даних.

1. Doyle, G. (2015). Multi-platform media and the miracle of the loaves and fishes. *Journal of Media Business Studies*, 12(1), 49–65. <https://doi.org/10.1080/16522354.2015.1027113>
2. Bläsi, C. (2021). Bhaskar's Theory of Publishing and Its Contribution to Theorizing (Evolving New Forms of) Educational Media. В P. Bagoly-Simó & Z. Sikorová (Eds.), *Textbooks and Educational Media: Perspectives from Subject Education* (p. 59–66). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80346-9_5
3. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII : станом на 1 черв. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> (дата звернення: 28.06.2025).
4. Erdal, I. J. (2008). *Cross-media news journalism: Institutional, professional and textual strategies and practices in multi-platform news production* (Doctoral dissertation, University of Oslo). University of Oslo Digital Repository. <https://www.duo.uio.no/handle/10852/27240>
5. Женченко М. Кросмедійний менеджмент у конвергентних редакціях ЗМІ. Наукові записки Інституту журналістики : зб. наук. пр. Київ, 2015. Т. 28. С. 70–75.
6. Василик Л. Конвергенція та кросмедійність: дискурс термінологічної парадигми. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. 2017. № 883. С. 3–9. URL: <https://doi.org/10.23939/sjs2017.01.003> (дата звернення: 28.06.2025).
7. Лепка Я. Кросмедійність аудиторії інформаційної агенції «112.ua». Наукові дослідження українського медійного контенту: соціальний вимір. 2017. Вип. 2. С. 36–42.
8. Герасимова О., Женченко М. Кросмедійні шкільні підручники: поняття, класифікація, проблеми редакційно-видавничої підготовки. Поліграфія і видавнича справа. 2022. Т. 1, № 83. С. 125–133. URL: <https://doi.org/10.32403/0554-4866-2022-1-83-125-133> (дата звернення: 28.06.2025).
9. Zhenchenko, M., Zhenchenko, I., Melnik, O., & Miroshnichenko, V. (2020). *Electronic textbooks for Ukrainian education: Statistics, models of development, quality problems*. In ICT in Education, Research and Industrial Applications. Integration, Harmonization and Knowledge Transfer (Vol. 2732, pp. 721–733). CEUR Workshop Proceedings. <http://ceur-ws.org/Vol-2732/>
10. Фіголь Н. Оцінка ефективності електронних навчальних видань. Технологія і техніка друкарства. 2017. № 3 (57). С. 86–92. URL: [https://doi.org/10.20535/2077-7264.3\(57\).2017.122314](https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(57).2017.122314) (дата звернення: 28.06.2025).
11. Menke, M., Kinnebrock, S., Kretschmar, S., Aichberger, I., Broersma, M., Hummel, R., Kirchhoff, S., Prandner, D., Ribeiro, N., & Salaverría, R. (2018). Convergence Culture in European Newsrooms: Comparing editorial strategies for cross-media news production in six countries. *Journalism Studies*, 19(6), 881–904. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1232175>

12. Herasymova, O. (2025). Survey Questionnaire: Editorial practices in publishing cross-media textbooks (Версія 1) [Data set]. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15761785>
13. Meier, K.; Bracker, I. y Verhovnik, M. (2017). Technological innovation and convergent journalism. Case study on the transformation process of Bavaria's public broadcasting service. *Revista Mediterránea de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication*, 8(1), 33-44. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.3>
14. El Takach, A., Nassour, F., & Hejase, H. J. (2023). Digital Transformation of Media Companies in Lebanon from Traditional to Multiplatform Production: An Assessment of Lebanese Journalists' Adaptation to the New Digital Era. *Žurnalistikos Tyrimai*, 16, 152–173. <https://doi.org/10.15388/ZT/JR.2022.6>
15. Герасимова О. Редакторські професії: які науки та галузеві індустрії формують сучасних фахівців для видавництва навчальних видань. Наукові записки інституту журналістики. 2025. № 86. С. 145–157. URL: <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.86.14> (дата звернення: 28.06.2025).
16. Про затвердження Вимог до інтерактивного електронного додатка до підручника : Наказ МОН України від 19.04.2024 № 548 : станом на 29 трав. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0656-24#Text> (дата звернення: 28.06.2025).
17. Про затвердження Положення про електронний підручник : Наказ МОН України від 02.05.2018 № 440 : станом на 12 лип. 2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0621-18#Text> (дата звернення: 28.06.2025).
18. Литвинова С., Сухіх А., Мельник О. Використання платформи «Всеукраїнська школа онлайн» в умовах воєнного стану: результати всеукраїнського опитування. *Information Technologies and Learning Tools*. 2024. Т. 104, № 6. С. 31–52. URL: <https://doi.org/10.33407/itlt.v104i6.5658> (дата звернення: 28.06.2025).

UDC: 655.4:004.738.5:371.3

[https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-113-125](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-113-125)

TRANSFORMATION OF EDITORIAL FUNCTIONS IN THE ERA OF CROSS-MEDIA EDUCATIONAL CONTENT

Herasymova Olena, PhD student,

Educational and Scientific Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: olena_herasymova@knu.ua.

ORCID – <https://orcid.org/0009-0008-2243-0550>

Article received by the editorial office on 06/28/2025

Submitted after editing on 08/19/2025

Recommended for publication on 09/09/2025

Citation: Herasymova, O. (2025). Transformation of Editorial Functions in the Era of Cross-Media Educational Content. *Obraz*, 2 (48), 113–125. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-113-125](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-113-125)

Introduction. The rapid digitalization of the educational process and the integration of cross-media formats into educational publishing necessitate a fundamental rethinking of editorial approaches. The lack of comprehensive research into editorial workflow transformations in the development of textbooks with interactive digital components increases the relevance of this topic.

Relevance and Purpose. This study aims to identify changes in the production processes of educational publishing caused by the implementation of the cross-media textbook. The primary objective is to identify changes in the competencies and functions of editors resulting from transformations in editorial and publishing processes in educational book publishing, influenced by cross-media production.

Methodology. The research employed a questionnaire survey of editors working in educational publishing, along with a comparative analysis of editorial practices in journalism and publishing, taking into account current media convergence trends.

Results. The findings show that the shift toward cross-media production requires the expansion of editorial teams with IT specialists, the modernization of internal communication, and the acquisition by editors of skills related to digital content creation and evaluation, universal

design, and project management. The study also revealed a low level of systematic professional development for editors and a lack of internal standards for working with digital content in publishing houses.

Conclusions. This study is the first to summarize editorial and production transformations in Ukraine's educational publishing sector under the influence of cross-media technologies. It proposes the development of a technological roadmap for creating printed textbooks with electronic interactive supplements, the implementation of training programs for adapting editorial competencies, and the establishment of a professional development system for editors. These measures aim to ensure consistent quality of educational content in the face of rapid changes.

Keywords: cross-media textbook, cross-media, convergence, multiplatform production, electronic textbook, electronic educational resources, digital content, educational publishing houses, editorial teams.

1. Doyle, G. (2015). Multi-platform media and the miracle of the loaves and fishes. *Journal of Media Business Studies*, 12(1), 49–65. <https://doi.org/10.1080/16522354.2015.1027113>
2. Bläsi, C. (2021). Bhaskar's Theory of Publishing and Its Contribution to Theorizing (Evolving New Forms of) Educational Media. B P. Bagoly-Simó & Z. Sikorová (Eds.), *Textbooks and Educational Media: Perspectives from Subject Education* (p. 59–66). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80346-9_5
3. Pro osvitu [On education] : Zakon Ukrayiny vid 05.09.2017 № 2145-VIII : stanom na 1 cherv. 2025 r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> (last accessed: 28.06.2025).
4. Erdal, I. J. (2008). *Cross-media news journalism: Institutional, professional and textual strategies and practices in multi-platform news production* (Doctoral dissertation, University of Oslo). University of Oslo Digital Repository. <https://www.duo.uio.no/handle/10852/27240>
5. Zhenchenko, M. Cross-media management in convergent media outlets. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky [Scientific Notes of the Institute of Journalism]* : Collection of Scientific Papers. Kyiv, 2015. Vol. 28. Pp. 70–75.
6. Vasylik, L. Convergence and cross-media: discourse of the terminological paradigm. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series: Journalistic sciences*. 2017. No. 883. P. 3–9. URL: <https://doi.org/10.23939/sjs2017.01.003> (last accessed: 28.06.2025).
7. Lepka, Y. Cross-media audience of the news agency '112.ua'. *Naukovi doslidzhennya ukrayinskoho mediynoho kontentu: sotsialnyy vymir [Scientific research of Ukrainian media content: social dimension]*. 2017. Issue 2. Pp. 36–42.
8. Herasymova O. O., Zhenchenko M. I. Crossmedia textbooks: concepts, classification, problems of editorial and publishing preparation. *Printing and Publishing*. 2022. V. 1, № 83. P. 125–133. URL: <https://doi.org/10.32403/0554-4866-2022-1-83-125-133> (last accessed: 28.06.2025).
9. Zhenchenko, M., Zhenchenko, I., Melnik, O., & Miroschnichenko, V. (2020). *Electronic textbooks for Ukrainian education: Statistics, models of development, quality problems*. In *ICT in Education, Research and Industrial Applications. Integration, Harmonization and Knowledge Transfer* (Vol. 2732, pp. 721–733). CEUR Workshop Proceedings. <http://ceur-ws.org/Vol-2732/>
10. Figol N. Assessment of the effectiveness of electronic educational publications. *Tekhnolohiya i tekhnika drukarstva [Technology and printing techniques]*. 2017. No. 3 (57). Pp. 86–92. URL: [https://doi.org/10.20535/2077-7264.3\(57\).2017.122314](https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(57).2017.122314) (last accessed: 28.06.2025).
11. Menke, M., Kinnebrock, S., Kretzschmar, S., Aichberger, I., Broersma, M., Hummel, R., Kirchhoff, S., Prandner, D., Ribeiro, N., & Salaverria, R. (2018). Convergence Culture in European Newsrooms: Comparing editorial strategies for cross-media news production in six countries. *Journalism Studies*, 19(6), 881–904. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1232175>
12. Herasymova, O. (2025). Survey Questionnaire: Editorial practices in publishing cross-media textbooks (Bercia 1) [Data set]. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15761785>
13. Meier, K.; Bracker, I. y Verhovnik, M. (2017). Technological innovation and convergent journalism. Case study on the transformation process of Bavaria's public broadcasting service. *Revista Mediterránea de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication*, 8(1), 33–44. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.3>
14. El Takach, A., Nassour, F., & Hejase, H. J. (2023). Digital Transformation of Media Companies in Lebanon from Traditional to Multiplatform Production: An Assessment of Lebanese Journalists' Adaptation to the New Digital Era. *Žurnalistikos Tyrimai*, 16, 152–173. <https://doi.org/10.15388/ZT/JR.2022.6>

15. Herasymova O. Editorial Professions: which Sciences and Industry Sectors Shape Modern Specialists for Educational Publishing. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky [Scientific Notes of the Institute of Journalism]*. 2025. № 86. P. 145–157. URL: <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.86.14> (last accessed: 28.06.2025).

16. Pro zatverdzhennia Vymoh do interaktyvnoho elektronnoho dodatka do pidruchnyka : Nakaz MON Ukrainy vid 19.04.2024 № 548 : stanom na 29 trav. 2024 r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0656-24#Text> (last accessed: 28.06.2025).

17. Pro zatverdzhennia Polozhennia pro elektronnyi pidruchnyk : Nakaz MON Ukrainy vid 02.05.2018 № 440 : stanom na 12 lyp. 2019 r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0621-18#Text> (last accessed: 28.06.2025).

18. Lytvynova S., Sukhikh A., Melnyk O. Vykorystannia platformy «Vseukrainska shkola online» v umovakh voiennoho stanu: rezultaty vseukrainskoho opytuvannia. *Information Technologies and Learning Tools*. 2024. V. 104, № 6. P. 31–52. URL: <https://doi.org/10.33407/itlt.v104i6.5658> (last accessed: 28.06.2025).