

DOI: <https://doi.org/10.28925/1609-8595.2025.2.8>

УДК 378.011.3-057.175:[659.1:004]

Валерій Лимаренко<https://orcid.org/0000-0003-4691-1267>

доктор філософії, молодший науковий співробітник

НДІ цифровізації освіти,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка,

вул. Левка Лук'яненка, 13-б, 04212, Київ, Україна

v.lymarenko@kubg.edu.ua

ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОГО ВІДЕОБРЕНДУ ВИКЛАДАЧА ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ТЕХНІЧНІ АСПЕКТИ

У статті досліджено технічні аспекти формування цифрового відеобренду викладача закладу вищої освіти як одного з ключових інструментів ефективної комунікації зі здобувачами в умовах цифрової трансформації освіти та поширення дистанційної форми освітнього процесу. Обґрунтовано значення навчального відеоконтенту для підвищення якості освітньої взаємодії, розширення аудиторії, підвищення рівня залученості здобувачів освіти та посилення професійного іміджу викладача. Встановлено, що навчальний відеоконтент виконує не лише дидактичну функцію, а й відіграє важливу роль у формуванні професійного іміджу та підвищенні рівня впізнаваності викладача, розширенні цільової аудиторії, забезпеченні гнучкості та персоналізації навчання. Сформульовано авторське визначення поняття «цифровий відеобренд викладача закладу вищої освіти» як складника особистого бренду викладача, що реалізується у створеному ним навчальному відеоконтенті, який репрезентує його професійну компетентність, педагогічну індивідуальність і цінності в цифровому середовищі та сприяє зміцненню академічного іміджу як викладача, так і закладу вищої освіти. Визначено структурні компоненти формування цифрового відеобренду викладача закладу вищої освіти: особистість, контент, платформа. Проаналізовано технічні аспекти створення навчального відео: якість зображення та звуку, тривалість, формат запису, сервіси запису і монтажу, а також вибір платформи для публікації контенту. Отримані результати можуть бути використані як основа для подальших досліджень у сфері персонального брендингу в освіті, педагогічного відеовиробництва, цифрової комунікації та медіадидактики.

Ключові слова: бренд, викладач закладу вищої освіти, навчальний відеоконтент, технічні аспекти відео контенту, цифровий відеобренд.

ВСТУП

Підвищення темпів розвитку цифрових технологій та необхідність впровадження інноваційних рішень у різні сфери суспільного життя формує необхідність у підвищенні якості підготовки працівників. Водночас значна кількість освітніх заходів, що спрямовані на розвиток цифрової компетентності не забезпечують цілісного вирішення означеної проблеми (Концепція розвитку цифрових компетентностей, 2021). Вимушений перехід до дистанційної форми освітнього процесу через пандемію COVID-19 та повномасштабне вторгнення на територію України став передумовою трансформацій форм, методів та засобів ведення освітньої діяльності зі збільшенням значення формування та розвитку цифрової компетентності. Одним із способів

реалізації освітньої трансформації стало збільшення кількості навчального відеоконтенту як універсального інструменту донесення інформації до широких мас.

Особливого значення відеоконтент набув після початку повномасштабного вторгнення, коли у зв'язку з відключеннями електроенергії восени-взимку 2022–2023 рр. та влітку 2024 р. викладачі закладів вищої освіти в умовах дистанційного навчання здійснювали освітню діяльність як у синхронному режимі («...взаємодія викладача та здобувачів під час навчальних занять та контрольних заходів із застосуванням технологій дистанційного зв'язку в режимі реального часу»), так і в асинхронному режимі («...передача навчальних завдань викладачем та безпосереднє їх виконання здобувачами, що здійснюється з використанням технологій (через об'єктивну неможливість всіх студентів одночасно доєднатись до дистанційного заняття)») (Положення про організацію освітнього процесу, 2024). Саме асинхронне навчання дозволило повноцінно продовжити освітній процес наприкінці 2022 – на початку 2023 рр., коли студенти виконували, а викладачі перевіряли завдання в електронних навчальних курсах у той час, коли мали доступ до електроенергії та інтернету. Н. Морзе, Т. Терлецька та Л. Варченко-Троценко (2023) у дослідженні асинхронного навчання відзначають, що воно є кращим варіантом з точки зору тайм-менеджменту, але синхронне навчання забезпечує безпосередню взаємодію викладача зі здобувачами освіти. А. Khilya et al. (2024), проаналізувавши загальні рекомендації і детальний алгоритм Гарвардського університету щодо розроблення та впровадження онлайн-курсу, визначають елементи покрокової роботи з відео для реалізації цілей і завдань гуманітарних дисциплін у дистанційному форматі: ознайомлення зі структурою відеокурсу; визначення цільової аудиторії; реалізація принципів інтерактивності та рівності навчання; створення контенту на засадах ефективної педагогіки; доцільність використання нових технологій; взаємодія з контентом інших людей; оцінювання розробок; аналіз результатів контенту, створеного вчителем, або загальнодоступного відео іншого виробника для досягнення мети використання відео. Саме формат навчальних відео є одним з найкращих для використання в асинхронному режимі, оскільки студенти мають можливість самі визначати час та місце перегляду матеріалів, а також багаторазово відтворювати певні фрагменти для кращого розуміння викладеного викладачем матеріалу.

Заклад вищої освіти як один із осередків реалізації концепції розвитку цифрової компетентності повинен здійснювати даний процес як серед здобувачів освіти, так і серед викладачів. Заклади вищої освіти дедалі активніше використовують електронні навчальні курси як складник сучасного освітнього процесу, що відповідає викликам цифрової епохи та потребам нових поколінь здобувачів освіти. Електронні курси стають не лише альтернативою традиційній формі викладання, а й інструментом для підвищення доступності, гнучкості та індивідуалізації навчання, оскільки студенти мають змогу працювати із різними типами завдань у межах однієї платформи. Одним із способів наповнення електронних навчальних курсів, що також сприятиме підвищенню рівня цифрової компетентності викладачів закладів вищої освіти, залученості студентів до навчання та урізноманітненню освітнього процесу є створення викладачами навчальних відео.

Саме відеоформат дозволяє використовувати різноманітні методи подачі матеріалу – лекції, презентації, анімовані відеоролики, скрінкасти тощо, і це робить освітній процес більш цікавим і різноманітним. Відеоконтент дозволяє викладачам не лише передавати знання, але й демонструвати свою експертність, індивідуальний стиль викладання та методологічні підходи. Створюючи відеоматеріали, педагог значно розширює свою професійну аудиторію, і у випадку публічного оприлюднення відеоматеріалів може виходити за межі аудиторії певного закладу освіти, що сприяє популяризації його курсів, наукових досліджень та педагогічних інновацій. Також відеоформат є одним із інструментів забезпечення ефективного адаптивного навчання – одного з методів реалізації персоналізованого навчання для забезпечення ефективних, результативних та індивідуальних шляхів залучення кожного здобувача освіти (Digital learning, 2025).

У той же час створення відеоконтенту потребує певного рівня технічних знань та вмінь від викладачів закладів вищої освіти, і вони можуть відчувати складнощі при створенні відеоконтенту

через брак технічних навичок, відсутність спеціалізованого обладнання тощо. Організація навчання викладачів закладів вищої освіти у сфері створення та використання відео стає важливим завданням, оскільки саме знання технічних аспектів створення та публікування відеоконтенту є одним з кроків до формування цифрового відеобренду викладача закладу вищої освіти.

Аналіз останніх досліджень. Навчальні відео досліджувались багатьма науковцями з 1980-х рр., про що свідчать результати аналізу публікацій в наукометричній базі даних Scopus. Починаючи з 2010-х кількість публікацій, які присвячені темі навчальних відео, продовжує щороку зростати. L. Varchenko-Trotsenko, A. Tiutiunnyk & T. Terletska (2019) акцентують увагу на тому, що відеоматеріали – це один з найпотужніших інструментів в освітньому процесі, оскільки забезпечують одночасне сприйняття учасниками освітнього процесу аудіальної і візуальної інформації. У той же час автори наголошують на необхідності чіткої структуризації освітніх матеріалів та особливій уважності при створенні таких відеоматеріалів. M. Dahlan et al. (2023) відзначають значний потенціал відеонавчання як захоплюючого та ефективного освітнього інструменту, оскільки його універсальність для різних навчальних дисциплін і рівнів робить його потужним інструментом для створення контенту, що орієнтований саме на споживача (у випадку з навчальними відео – на студента). Для повної реалізації його переваг необхідно вирішити питання технологічної інфраструктури та доступності. S. Gülen, İ. Dönmez (2024) наголошують на перевагах та доступності відеоматеріалів у порівнянні з традиційними методами освіти, особливо в період пандемії, коли очне навчання виявилось неможливим і світовій спільноті довелося шукати альтернативні методи ведення освітньої діяльності. Цієї ж думки дотримуються і S. Shayeb, W. Daher (2024), які акцентують увагу на тому, що digital video recordings (цифрові відеозаписи) є ефективною навчальною стратегією для професійної підготовки та розвитку майбутніх учителів. A. Kovari, Z. Nametovski (2022) розглядають технічні аспекти успішного створення навчальних відеоматеріалів: наявність субтитрів (які забезпечать доступ до відеоматеріалів для студентів з особливими освітніми потребами), наявність лектора та ключових слів в кадрі, запис відео з використанням green screen (за можливості). Водночас автори відзначають важливість підготовки та презентації автора, рекомендують перед записами практикуватися у вимові сценарного матеріалу (наприклад перед дзеркалом). Співробітниками Media Learning Assotiation (2024) виокремлені 5 критеріїв якості відео: аудіовізуальна якість, якість контенту, переконливість доповідача, когнітивна якість та дидактичність відео.

Аналіз поняття «бренд» став предметом наукових досліджень зарубіжних та українських вчених, зокрема з позицій маркетингу та реклами. J. Eshuis, L. Gonzales (2025) трактують поняття бренд як маркетингову систему, що складається з динамічних перформативних комплексів символічних, дискурсивних, інституційних та матеріальних елементів. T. Sak et al. (2024) у дослідженні цінності бренду наголошують на залежності вартості бренду від показників лояльності та впізнаваності.

Охоплення аудиторією та відповідно популярність відеоматеріалів автора безпосередньо залежить від якості створеного ним контенту. Тільки якісно створений освітній контент користуватиметься популярністю серед глядачів та стимулюватиме перегляд все нових і нових відео. Відповідно для цього спікер має мати високу академічну репутацію та авторитет, щоб створені відео сприймалися правдиво, що в цілому формуватиме його власний бренд. Наприклад, якщо викладач працює в закладі вищої освіти, то його власна репутація також впливає і на весь заклад освіти загалом. Підтвердженням цього є дослідження S. Jiang, F. Xiao (2024), які стверджують, що внутрішній бренд є основою бренду університету. Бренд університету, на думку дослідників, базується на трьох складниках: орієнтація на внутрішній ринок, організаційна ідентичність викладачів та поведінка викладачів щодо підтримки бренду. Ю. Шабала (2024) розробила методичний poradnik «Особистий брендбук педагога», що є актуальним та корисним інструментом для викладачів закладів вищої освіти, які прагнуть підвищити свій рівень професійного розвитку та вибудувати успішну кар'єру в освітній сфері. Зміст методичного poradnika включає в себе поради з розвитку особистого бренду педагога, зокрема за допомогою відеоматеріалів, та способи його просування, а також рекомендації із залучення та взаємодії з цільовою аудиторією та способи боротьби з хейтом.

Аналіз актуальних досліджень уможливило висновок, що теми створення відеоконтенту та впливу бренду викладача на репутацію закладу освіти є актуальними. Водночас цілісного дослідження поняття «Цифровий відеобренд викладача закладу вищої освіти» не було.

Метою статті є дослідження технічних аспектів формування цифрового відеобренду викладача закладу вищої освіти. Відповідно до мети визначено наступні **завдання дослідження**: сформулювати визначення поняття «цифровий відеобренд викладача закладу вищої освіти»; описати технічні параметри створення навчального відеоконтенту.

МЕТОДОЛОГІЯ

Дослідження здійснено в межах реалізації наукової теми науково-дослідної лабораторії цифровізації освіти Київського столичного університету імені Бориса Грінченка «Проектування екосистеми відкритого університету в умовах цифрової трансформації суспільства» (реєстраційний номер 0123U102794; термін виконання: 05.2023–05.2028).

Задля реалізації визначеної мети дослідження застосовано наступні методи дослідження: аналіз стану досліджуваної проблеми з метою узагальнення зарубіжного та українського досвіду вивчення проблеми, що досліджується; порівняльний аналіз інструментів та платформ для визначення функціоналу та потенційних можливостей їх застосування викладачами закладів вищої освіти; опитування викладачів Київського столичного університету Грінченка, проведене за результатами проходження програми підвищення кваліфікації за цифровим модулем, для отримання релевантної інформації (загальна кількість респондентів 40).

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Оскільки цілісного визначення поняття «цифровий відеобренд викладача закладу вищої освіти» наразі не існує, воно потребує окремого формулювання та аналітичного осмислення. Саме поняття є складеним, оскільки містить у собі поєднання таких термінів як «цифровий», «відео» та «бренд». Словники тлумачать термін «цифровий» як такий, що складається чи стосується цифр (СЛОВНИК.ua.), а в сучасному розумінні – той, що використовується для комп'ютерного обчислення (Словотвір). Цифровими можуть бути зображення, відео, дані і бази даних тощо. За визначенням онлайн-словника «Словотвір», «відео – це широкий спектр технологій запису, обробки, передавання, зберігання й відтворення візуального і аудіовізуального матеріалу на моніторах; відеоматеріал, телесигнал або кінофільм, записаний на фізичному носії» (Словотвір). Погоджуючись із даним визначенням, доповнимо, що сьогодні поряд із фізичними носіями широко використовуються і «хмарні» носії (Google Drive, DropBox тощо). Отже, цифрове відео – це відео, яке створене за допомогою комп'ютерного обчислення та призначене для подальшого відтворення на певному носії.

Узагальнивши проведений нами аналіз складників понять цифрового відеобренду викладача, сформулюємо авторське визначення досліджуваного нами поняття. *Цифровий відеобренд викладача закладу вищої освіти* – це складова особистого бренду викладача закладу вищої освіти, що реалізується у створеному ним навчальному відеоконтенті, який репрезентує його професійну компетентність, педагогічну індивідуальність і цінності в цифровому середовищі та сприяє зміцненню академічного іміджу як викладача, так і закладу вищої освіти.

У контексті сучасних професійних викликів (таких, як діджиталізація освітнього процесу, глобальна конкуренція за студентів тощо) проблема формування особистого бренду стає все більш актуальною. Підвищення впізнаваності через особистий бренд дозволяє сформувати унікальну професійну ідентичність, яка вирізняється серед інших фахівців галузі. Особливого значення це набуває для педагогічних працівників, оскільки якісно сформований особистий бренд суттєво розширює можливості залучення студентів, які прагнуть навчатися у визнаних експертів.

В умовах високої конкуренції на ринку освітніх послуг саме особистий бренд викладача часто виступає ключовим фактором вибору для потенційних здобувачів освіти. Особистий бренд виступає інструментом формування довіри та професійного авторитету. Систематична

демонстрація експертизи та відповідність заявленим цінностям створюють міцний фундамент для довгострокового професійного визнання, що є особливо цінним у науково-педагогічній діяльності. Щоб вирізнитися з-поміж аналогів, особистий бренд викладача має бути впізнаваним, послідовним, релевантним та привабливим (Wilson, 2025).

З метою цілісної характеристики складників формування цифрового відеобренду викладача закладу вищої освіти визначимо *структурні компоненти даного поняття*, а саме: особистість, контент та платформа. Кожен із цих елементів відіграє важливу роль у створенні впізнаваного та ефективного цифрового образу викладача закладу вищої освіти.

Особистість викладача охоплює його образ, стиль викладання та сферу експертності. Цей компонент формує унікальність цифрового бренду, сприяє встановленню емоційного контакту з аудиторією та підвищує рівень довіри до контенту, що подається автором.

Контент забезпечує змістову цінність та дидактичну ефективність відеоматеріалів. До його основних характеристик належать тип навчального відео, його спрямованість відповідно до цільової аудиторії, технічні параметри (якість зображення, звук, монтаж), тривалість тощо. Висока якість контенту, орієнтованість на потреби аудиторії та врахування технічних аспектів сприяють глибшому засвоєнню знань і утриманню уваги глядача.

Платформа є засобом поширення освітнього відеоконтенту та забезпечення взаємодії з аудиторією. Вибір соціальних медіа залежить від вікових, соціокультурних та комунікативних особливостей цільової групи. Платформа визначає не лише формат подачі матеріалу, а й можливості просування, аналітики та зворотного зв'язку.

Орієнтація на результат у процесі створення навчального відеоконтенту є спільною і водночас індивідуальною характеристикою для кожного викладача закладу вищої освіти. Кожен з викладачів визначає власні цілі (донесення матеріалу до студентів, розширення глядацької аудиторії, монетизація створеного відеоконтенту тощо), які можуть коригуватися безпосередньо у процесі створення навчальних відеоматеріалів.

Графічне відображення визначених нами компонентів подано на Рисунку 1.



Рисунок 1. Структурні компоненти формування цифрового відеобренду викладача закладу вищої освіти

Складено автором особисто

Технічні аспекти створення навчальних матеріалів відносяться до компонентів «контент» та «платформа». Необхідність їх окремого розгляду підтверджується тим фактом, що не всі викладачі мають досвід у створенні навчальних відео та їх технічних аспектах. За результатами опитування, проведеного серед викладачів Київського столичного університету імені Бориса Грінченка після проходження ними програми підвищення кваліфікації за цифровим модулем, 70% опитаних не мають досвіду відеозапису контенту (Рисунок 2).

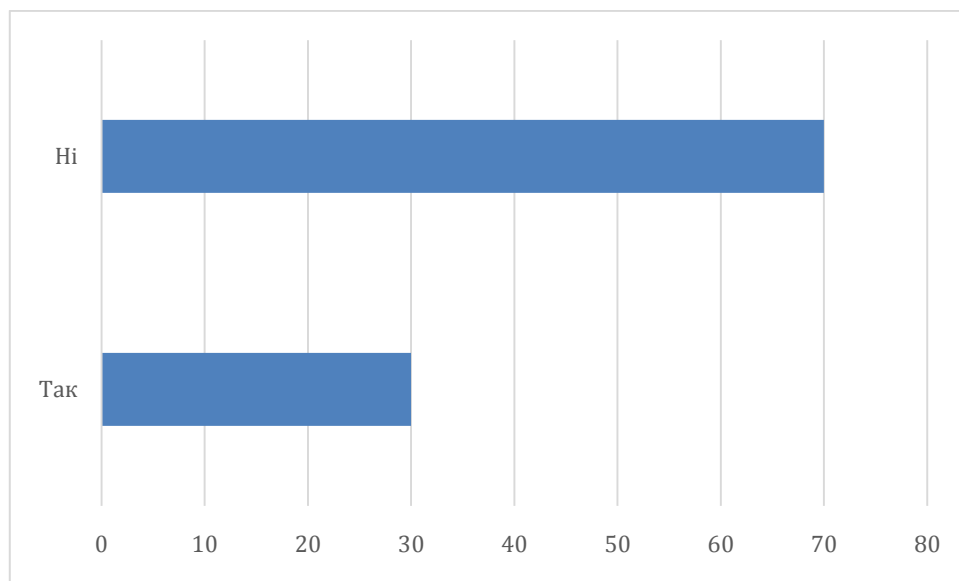


Рисунок 2. Відповіді учасників опитування на запитання «Чи мали Ви попередній досвід відеозапису?»

Складено автором особисто

З метою популяризації створення навчального відеоконтенту серед викладачів Університету Грінченка, підвищення рівня їх обізнаності в сервісах створення та монтажу відеоматеріалів був створений та наповнений електронний навчальний курс «Цифровий відеобренд викладача», на реалізацію якого була розроблена однойменна програма підвищення кваліфікації за цифровим модулем (Буйницька та інші, 2025) та проведено серію тренінгів (протягом лютого 2025 р. було проведено 3 тренінги, в яких взяли участь 40 викладачів Університету Грінченка), де учасникам роз'яснювались складові формування цифрового відеобренду викладача закладу вищої освіти.

Метою програми підвищення кваліфікації є розвиток цифрової компетентності викладачів, формування у викладачів Університету навичок, необхідних для ефективної розбудови професійного цифрового відеобренду, запису навчальних відео та їх використання в освітньому процесі. За результатами проходження підвищення кваліфікації викладачі навчилися: розуміти роль відеоконтенту; розрізняти типи навчального контенту, інструменти для створення та редагування навчальних відеоматеріалів; добирати формат відповідно до поставленої мети; записувати та редагувати навчальні відео, публікувати та інтегрувати їх в електронні навчальні курси.

Одним із способів створення якісних відеоматеріалів та відповідно заохочення аудиторії до їх перегляду є дотримання технічних аспектів створення відеоконтенту. Учасники програми підвищення кваліфікації під час тренінгів характеризували якісні відео як доступні, ілюстративні, структуровані, лаконічні, актуальні та корисні. Н. Драган-Іванець, Г. Синоруб (2021) виділяють такі технічні аспекти створення навчального відео: тип навчального відео, сценарій, освітлення, вибір мікрофона, локація зйомок, освітлення, образ ведучого. Авторський колектив навчально-методичного посібника «Цифрові технології професійної підготовки майбутніх кваліфікованих робітників у воєнний та повоєнний час» (Пригодій та інші, 2023) описує такі технічні аспекти створення відеоконтенту навчального призначення: пристрої для створення футажу, формати

відео, програми та особливості перекодування, редактори для відеомонтажу: призначення та основи роботи, платформи для розміщення навчального контенту навчального призначення. У нашому дослідженні ми виділяємо наступні технічні аспекти формування цифрового відеобренду викладача закладу вищої освіти: якість зображення та звуку, тривалість відео, формат запису відео, сервіси запису та монтажу навчальних відеоматеріалів, платформи для розміщення навчального відеоконтенту, які схематично зображені на Рисунку 3.

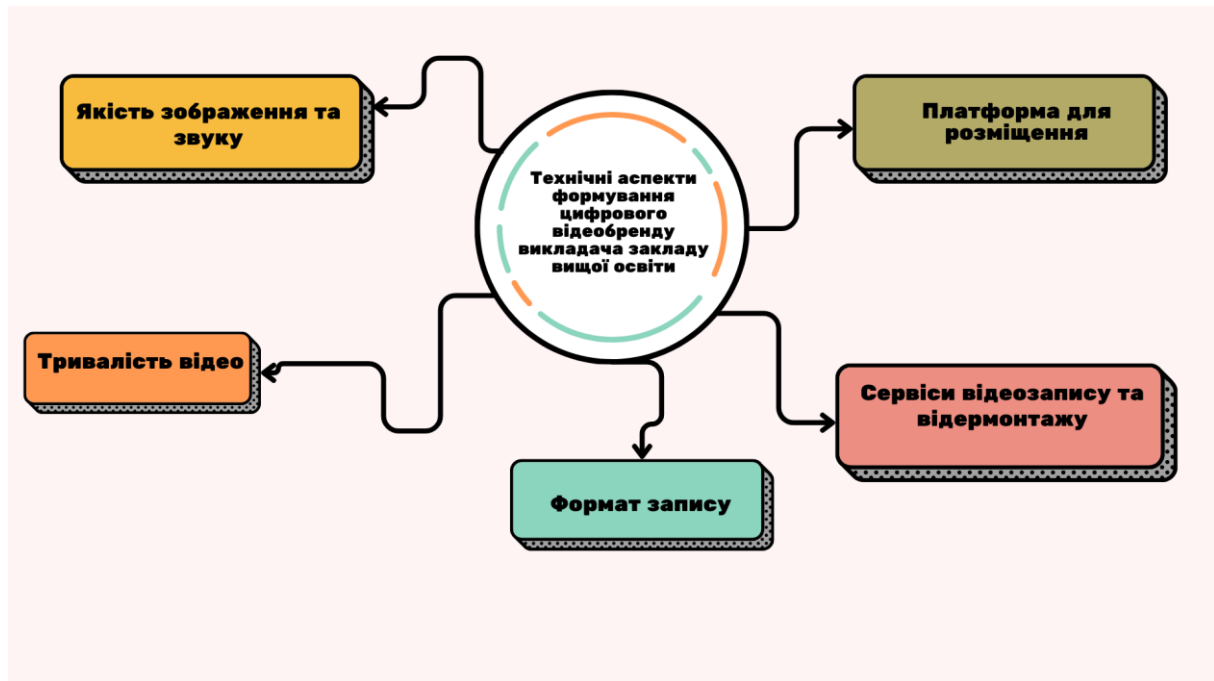


Рисунок 3. Технічні аспекти формування цифрового відеобренду викладача
Складено автором особисто

Якість зображення та звуку. До факторів, що впливають на якість зображення, належить роздільна здатність та частота кадрів створюваного відео. Роздільна здатність зображення зазвичай подається у вигляді співвідношення кількості пікселів за шириною зображення та за його висотою. Загальноприйняті показники роздільної здатності зображення наступні: 360p – 480×360; 480p «SD» – 720×480; 720p «HD» – 1280×720; 1080p «Full HD» – 1920×1080; Ultra HD 4K – 3840×2160. Більше значення здатне передати чіткіше зображення, але при цьому збільшується загальний розмір файлу. Частота кадрів подається у формі числового значення та абревіатури FPS (frame per second – кадри за секунду). Більше значення здатне забезпечити більшу плавність зображення, але також впливає на загальний розмір файлу. Може вплинути на вибір роздільної здатності та частоти кадрів під час запису відео обсяг батареї використовуваного девайсу (у випадку запису відео на акумуляторний пристрій і відсутності можливості приєднання адаптеру або додаткових елементів живлення). Більша роздільна здатність та частота кадрів вимагає більшого обсягу енергії на одиницю часу, що впливає на загальну тривалість запису у такому форматі.

Також необхідно враховувати, що підвищення роздільної здатності відео вимагає більшої швидкості інтернет-з'єднання від глядачів, що не завжди може бути цілком забезпеченим в умовах сьогодення в Україні через постійні обстріли, які викликають перебої з електроенергією та інтернетом. Швидкості інтернет-з'єднання може бути недостатньо для перегляду відеоматеріалу в тій чи іншій роздільній здатності в певному місці в даний момент часу. У той же час платформа YouTube частково може вирішити дану проблему: вища роздільна здатність опублікованого відео створює більше варіантів перегляду в менших значеннях (якщо відео створене та опубліковане на платформі YouTube у роздільній здатності 1080p, то його також можна переглядати у варіаціях

720p, 480p, 360p, 240p та 144p). Користувач сам може регулювати якість відтворюваного контенту в залежності від технічних можливостей в даному місці у конкретний момент часу.

Звук у навчальному відео повинен бути чітким та розбірливим, без сторонніх шумів, зайвих відлунь, спотворень чи перешкод, що можуть відволікати увагу або ускладнювати розуміння матеріалу. Для досягнення цього рекомендовано використовувати петличні, динамічні або конденсаторні мікрофони. Рівень гучності звуку має бути збалансованим та стабільним протягом усього відео. Різкі перепади гучності можуть дратувати глядачів і змушувати їх постійно регулювати гучність, що негативно впливає на загальне враження від перегляду навчального матеріалу. Для забезпечення оптимального рівня використовуються такі інструменти обробки звуку, як компресори та лімітери, які допомагають вирівняти динамічний діапазон. Частотні характеристики звуку також відіграють важливу роль – голос лектора повинен мати природне звучання з чіткими середніми частотами, які відповідають за розбірливість мови. Надмірні низькі частоти можуть створювати «бубніння», а надмірні високі частоти – призводити до різкого, неприємного звучання. Правильна еквалізація допомагає досягти оптимального балансу частот. Ще однією з умов є загальні характеристики приміщення – правильно підготовлене приміщення (відсутність зайвих відлунь) значно спростить подальший процес обробки відео і підготовки його до публікації. Частота дискретизації звукового файлу (рекомендована 44.1 кГц або вище) та бітрейт (не менше 192 кбіт/с для mp3 або використання форматів без втрат (wav або flac)) забезпечують високу якість, враховуючи вимоги різних платформ для розповсюдження навчального відеоконтенту (Пригодій та інші, 2023).

Тривалість відео. Даний параметр визначається викладачем та обирається відповідно до типу взаємодії з аудиторією. L. Varchenko-Trotsenko, V. Vember & T. Terletska (2019) виділено наступні типи навчальних відео, які можливо використовувати в електронних навчальних курсах (орієнтовна тривалість відео визначена нами відповідно до типів, запропонованих авторами): вступне відео (у випадку серії відеозаписів вступне відео використовується як короткий опис змісту подальших записів для формування загального уявлення у глядачів) – 3–5 хвилин; відеолекції – аудиторний лекційний запис традиційної лекції – 60–70 хвилин, мікролекція – короткий відеоматеріал, підготовлений спеціально для електронного курсу – 5–10 хвилин, запис вебінару – відеозапис проведеного викладачем вебінару – хронометраж залежить від викладача; відеоінструкції (інструкції до практичних, семінарських, лабораторних занять тощо); довідкові матеріали (покликання на авторитетні відеоматеріали); інтерактивні відео (розгалужені сценарії перегляду відео з можливістю формування індивідуальної освітньої траєкторії – хронометраж залежить від викладача). Ми погоджуємося з висновками Н. Остапович (2021), яка зазначає, що найбільше охоплення переглядами мають відео тривалістю до 6 хвилин, а збільшення тривалості відео веде до зниження кількості переглядів.

Формат запису відео. У форматі «лектор у кадрі» викладач постійно присутній у кадрі, безпосередньо звертаючись до аудиторії. Цей формат створює відчуття особистого спілкування та допомагає встановити емоційний зв'язок з глядачами. У форматі «закадровий голос» викладач не з'являється у кадрі, але його голос супроводжує візуальний контент, пояснюючи або коментуючи те, що відбувається на екрані. Цей формат дозволяє зосередити увагу глядача на візуальному матеріалі, зберігаючи при цьому особистий тон спілкування через голосовий супровід. У форматі «скрінкаст» демонструється запис екрану комп'ютера або мобільного пристрою, можливо з коментарями викладача. Цей формат ідеально підходить для навчання роботі з програмним забезпеченням або для демонстрації онлайн-ресурсів. Цей формат ефективний для пояснення складних концепцій або абстрактних ідей у доступній та цікавій формі. У форматі «інтерв'ю» відбувається діалог між ведучим та гостем або гостями. Цей формат дозволяє розглянути тему з різних точок зору та створити динамічну дискусію. Кожен із цих форматів має свої переваги та обмеження, і вибір конкретного формату залежить від цільової аудиторії, змісту контенту, технічних можливостей та цілей автора (Драган-Іванець, Синоруб, 2021). Також викладачі в межах одного відео можуть комбінувати різні формати для посилення його ефективності та утримання уваги глядачів.

Сервіси запису та монтажу навчальних відеоматеріалів. Сьогодні існує багато сервісів, за допомогою яких викладач може здійснювати записи навчальних матеріалів (Zoom, ScreenRec, Microsoft PowerPoint, Clipchamp, Canva тощо). Сервіси підтримують роботу сторонніх пристроїв аудіо- та відеозапису (можливе під'єднання сторонніх мікрофонів, вебкамер). Більшість сервісів має обмежений функціонал у безкоштовних версіях та розширений у варіанті платної підписки (наприклад, Clipchamp у безкоштовному варіанті використання працює з можливістю експорту готових файлів максимальної роздільної здатності 1080p, тоді як платна підписка розблоковує можливість експорту в 4K). Для обробки навчальних відеоматеріалів викладач може використовувати такі застосунки, як Vegas Pro, Clipchamp, CapCut, Davinci Resolve. Також відзначимо постійне збільшення кількості сервісів запису та обробки відеоматеріалів (Пригодій et al., 2023)

З метою полегшення вибору викладачами закладів вищої освіти сервісів для створення та обробки навчальних відеоматеріалів ми проаналізували популярні сервіси запису та монтажу відео за такими критеріями: наявність безкоштовної версії, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, можливість роботи онлайн без встановлення на пристрої, можливість експорту готового відеофайлу без наявності водяного знаку. Результати проранжовані за 2 значеннями: «+» та «-», де «+» – відповідність визначеному критерію, «-» – невідповідність критерію, і відображені у Таблиці 1 та Таблиці 2.

Таблиця 1

Аналіз можливостей застосунків відеозапису

Критерій	ScreenRec	Microsoft PowerPoint	Canva	Zoom
Наявність безкоштовної версії	+	+	+	+
Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс	+	+	+	+
Можливість роботи онлайн без встановлення на пристрої	-	-	+	+
Можливість експорту готового файлу без водяного знаку	+	+	+	+

Складено автором особисто

Таблиця 2

Аналіз можливостей застосунків відеомонтажу

Критерій	Vegas Pro	Clipchamp	CapCut	Davinci Resolve
Наявність безкоштовної версії	-	+	+	+
Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс	+	+	+	+
Можливість роботи онлайн без встановлення на пристрої	-	-	+	-
Можливість експорту готового файлу без водяного знаку	+	+	+	+

Складено автором особисто

З огляду на результати проведеного аналізу, можна зробити висновок щодо доцільності використання певних сервісів для створення та обробки навчальних відеоматеріалів у закладах вищої освіти:

- ScreenRec є безкоштовним програмним забезпеченням із простим інтерфейсом, яке не потребує додаткової оплати за експорт відео без водяного знаку, однак потребує встановлення на пристрій;
- Microsoft PowerPoint, окрім основного призначення для створення презентацій, також забезпечує функціонал запису відео з поясненням, має інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, проте, як і ScreenRec, потребує інсталяції;
- Canva — це вебплатформа з широкими можливостями для онлайн-роботи, що дозволяє створювати відеоматеріали без встановлення на пристрій, підтримує експорт без водяного знаку та має доступну безкоштовну версію;
- Zoom використовується переважно для проведення онлайн-конференцій, однак також забезпечує можливість запису сеансів. Сервіс не потребує встановлення на всі пристрої (може працювати через вебверсію), є інтуїтивно зрозумілим та підтримує експорт без додаткових міток;
- Vegas Pro є професійним інструментом для редагування відео з багатим функціоналом, однак не має безкоштовної версії та потребує встановлення;
- Clipchamp – доступний онлайн-сервіс для базового та середнього рівня монтажу, підтримує безкоштовний доступ, має зрозумілий інтерфейс, дозволяє експортувати відео без водяного знаку;
- CapCut також є безкоштовним і функціональним сервісом, який доступний онлайн, не вимагає складної адаптації завдяки інтуїтивному інтерфейсу та підтримує експорт без водяного знаку;
- Davinci Resolve позиціонується як інструмент для професійного монтажу з розширеним функціоналом, має безкоштовну версію та забезпечує якісний експорт, проте потребує встановлення та відповідної технічної бази.

Платформи для розміщення навчального відеоконтенту. Ще одним технічним аспектом створення успішного навчального відео є правильний вибір платформи для його подальшої публікації (соціальні мережі, відеохостинги, месенджери тощо). F. Shamsi, I. Sindhu (2025) відзначають YouTube як найпопулярніший сервіс розміщення відеоматеріалів, оскільки щохвилини на платформу завантажуються близько 500 годин відеоматеріалів. За результатами опитування серед студентів-медиків T. Clavier et al. (2024) встановили: 100% опитуваних є користувачами соціальних мереж (в середньому витрачаючи 120 хвилин щоденно), при цьому 86,1% студентів використовують соціальні мережі для освіти, відзначаючи найбільшу популярність Youtube, Instagram та Facebook.

YouTube є одним із найбільших і найпопулярніших сервісів відеохостингу з охопленням аудиторії близько двох мільярдів користувачів на місяць (Yazla et al., 2024). YouTube підходить для поглиблених навчальних відео, оскільки підтримує завантаження тривалих відеозаписів без обмежень відносно розміру самого файлу: лекцій, детальних інструкцій і ґрунтовних пояснень, гнучкість налаштувань доступності відеоматеріалів. Також існує можливість вбудовування відео на зовнішні ресурси (наприклад в електронні навчальні курси, що створює можливість відтворення матеріалів безпосередньо зі сторінки ЕНК без необхідності додаткових переходів за окремими покликаннями).

Instagram у більшості оптимальний для коротких навчальних форматів: мініуроків, швидких порад і коротких відео, що акцентують увагу на ключових моментах чи результатах та забезпечує ефективну взаємодію з аудиторією через коментарі, Direct-повідомлення, реакції на Stories та опитування, що робить його зручним для динамічних та інтерактивних навчальних форматів. Команда італійських дослідників (Musa et al., 2023) у своїй науковій розвідці для охоплення ширшого кола глядачів в Instagram рекомендує враховувати такі технічні аспекти: розміщення високоякісних зображень, різноманітність публікованого контенту, дотримання балансу в частині частоти публікацій матеріалів.

Більшість учасників програми підвищення кваліфікації у процесі обговорення під час тренінгів чітко розмежовували відеоплатформи: YouTube – для тривалих різнопланових відеоматеріалів; Instagram – для короткого розважального контенту.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У результаті проведеного дослідження з'ясовано, що формування цифрового відеобренду викладача закладу вищої освіти є актуальною складовою сучасної педагогічної діяльності, яка забезпечує конкурентоспроможність фахівця в цифровому освітньому середовищі. Проведений аналіз ключових понять дослідження уможливив формулювання авторського визначення поняття «цифровий відеобренд викладача закладу вищої освіти» як складової особистого бренду викладача, що реалізується у створеному ним навчальному відеоконтенті, який репрезентує його професійну компетентність, педагогічну індивідуальність і цінності в цифровому середовищі та сприяє зміцненню академічного іміджу як викладача, так і закладу вищої освіти. Використання розглянутих технічних аспектів формування цифрового відеобренду викладача закладу вищої освіти (якість зображення та звуку, тривалість відео, формат запису відео, сервіси запису та монтажу навчальних відеоматеріалів, платформи для розміщення навчального відеоконтенту) сприяє підвищенню рівня цифрової обізнаності викладача та створенню якісних навчальних відеоматеріалів. Проаналізовані платформи для розміщення навчального контенту є ефективним інструментом у поширенні та просуванні створених відеоматеріалів, розширенні аудиторії та розвитку професійного іміджу викладача.

Перспективними напрямками подальших досліджень є поглиблений аналіз впливу відеобренду на ефективність освітнього процесу, вивчення психологічних особливостей сприйняття відеоконтенту студентською аудиторією, створення навчального відеоконтенту з використанням доповненої та віртуальної реальності, а також розробка методичних рекомендацій щодо інтеграції цифрового бренду в індивідуальну траєкторію професійного зростання викладача.

Список використаних джерел

1. Буйницька О., Терлецька Т., Лимаренко В. Програма підвищення кваліфікації для науково-педагогічних працівників «Цифровий відеобренд викладача». 2025. URL: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nnc.rpl/PK_videobrend.pdf (дата звернення: 10.02.2025).
2. Драган-Іванець Н., Синоруб Г. Навчальне відео як творчий проєкт студентів-журналістів в умовах дистанційного навчання (на прикладі дисципліни «Спеціалізація: інтернет, телебачення»). *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: педагогіка*. 2021. № 2. С. 138–144. DOI: <https://doi.org/10.25128/2415-3605.21.2.18>
3. Концепція розвитку цифрових компетентностей. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 167-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text> (дата звернення: 08.03.2025).
4. Остапович Н. Використання відео для навчання майбутніх лікарів медичної та біологічної фізики потреба сьогодення. *Acta Paedagogica Volyniensis*. 2021. № 3. С. 225–232. DOI: <https://doi.org/10.32782/apv/2021.3.33>
5. Положення про організацію освітнього процесу в Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка. URL: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/vdd/documenty_grinchenko_university/rozdil_10/Polozhennia_pro_orhanizat_siiu_osv_protseu.pdf (дата звернення 09.03.2025).
6. Пригодій М. А., Гуржій А. М., Гуменний О. Д., Голуб І. І., Пригалінська Т. Г., Волошин А. М. Цифрові технології професійної підготовки майбутніх кваліфікованих робітників у воєнний та повоєнний час: навчально-методичний посібник. Київ: Інститут професійної освіти НАПН України, 2023. 327 с. DOI: <https://doi.org/10.32835/978-617-95325-9-7/2023>
7. СЛОВНИКua. URL: <https://slovyk.ua/index.php?sword=%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9> (дата звернення: 25.04.2025).
8. Словотвір. Онлайн-словник. URL: <https://slovotvir.org.ua/> (дата звернення: 25.04.2025).
9. Шабала Ю. А. Особистий брендбук педагога: методичний poradnik. Київ: ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України, 2024. 40 с. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/742452/1/%D0%9E%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B9%20%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B1%D1%83%D0%BA%20%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%B0.pdf> (дата звернення: 25.04.2025).

10. Claxier T., Chevalier E., Demailly Z., Veber B., Messaadi I.-A., Popoff B. Social media usage for medical education and smartphone addiction among medical students: web-based survey. *Advancing digital health & open science*. 2024. Vol. 10. DOI: <https://doi.org/10.2196/55149>
11. Dahlan M., Halim N., Kamarudin N., Ahmad F. Exploring interactive video learning: Techniques, applications, and pedagogical insights. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*. 2023. № 10 (12). P. 220–230. DOI: <https://doi.org/10.21833/ijaas.2023.12.024>
12. Digital learning. *EDUCAUSE*. URL: <https://library.educause.edu/topics/teaching-and-learning/digital-learning> (дата звернення: 30.04.2025)
13. Eshuis J., Ripoll González L. Conceptualising place branding in three approaches: towards a new definition of place brands as embodied experiences. *Journal of Place Management and Development*. 2025. Vol. 18. № 1. P. 61–79. DOI: <https://doi.org/10.1108/JPM-D-11-2023-0109>
14. Five dimensions of quality in educational videos. *Media Learning Association*. URL: <https://media-and-learning.eu/subject/higher-education/five-dimensions-of-quality-in-educational-videos/> (дата звернення: 20.04.2025).
15. Gülen S., Dönmez İ. Effectiveness of Web-supported Videos on Students' Academic Achievement, Critical Thinking Skills and Three-dimensional Learning. *Journal of Learning for Development*. 2024. № 11 (3). P. 478–491. DOI: <https://doi.org/10.56059/jl4d.v11i3.936>
16. Jiang S., Xiao F. How Teachers Contribute to the Sustainability of the University Brand: Evidence from China. *Sustainability*. 2024. № 16 (9). DOI: <https://doi.org/10.3390/su16093793>
17. Khilya A., Kucharchuk H., Sabadosh Y., Korol A. Principles of creating and designing video content for asynchronous learning. Environment. Technology. Resources. *Proceedings of the 15th International Scientific and Practical Conference*. 2024. Vol. 2. DOI: <https://doi.org/10.17770/etr2024vol2.8088>
18. Kovari A., Nametovski Z. Framework for Preparation of engaging online educational materials - a cognitive approach. *Applied sciences*. 2022. Vol. 12 (3). DOI: <https://doi.org/10.3390/app12031745>
19. Morze N., Terletska T., Varchenko-Trotsenko L. Implementing innovative teaching methods for asynchronous learning using Moodle LMS. *CTE 2023: 11th Workshop on Cloud Technologies in Education, December 22, 2023, Kryvyi Rih, Ukraine*. 2023. P. 147–163. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-3679/paper30.pdf> <https://media-and-learning.eu/subject/higher-education/five-dimensions-of-quality-in-educational-videos/> (дата звернення: 20.04.2025).
20. Muca E., Buonaiuto G., Lamanna M., Silvestrelli S., Ghiaccio F., Federiconi A., De Matos Vettori J., Colleluori R., Fusaro I., Raspa F., Valle E., Formigoni A., Cavallini D. Reaching a wider audience: Instagram's role in dairy cow. Nutrition education and engagement. *Animals*. 2023. Vol. 13. DOI: <https://doi.org/10.3390/ani13223503>
21. Sak T., Lialuk A., Mylko I., Savchuk Y. Brand Value on the Ukrainian Dairy Market: Innovative Assessment Methodology and Development of Marketing Strategies. *ECONOMICS*. 2024. Vol. 12 (3). DOI: <https://doi.org/10.2478/eoik-2024-0043>
22. Shamsi F., Sindhu I. Condensing video content: deep learning advancements and challenges in video summarization innovations. *IEEE Access*. 2025. DOI: <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2025.3526068>
23. Shayeb S., Daher W. The Impact of Using Digital Video Recordings by Prospective Teachers on Their Technological Pedagogical Content Knowledge. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*. 2024. P. 2445–2462. DOI: <https://doi.org/10.3390/ejihpe14090162>
24. Varchenko-Trotsenko L., Tiutiunyk A., Terletska T. Using video materials in electronic learning courses. *Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету. Спецвипуск «Нові педагогічні підходи в STEAM освіті»*. 2019. P. 375–382. DOI: <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2019s34>
25. Varchenko-Trotsenko L., Vember V., Terletska T. Main aspects of educational video materials design for use in educational process of higher educational institutions. *Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету*. 2019. № 7. P. 119–126. DOI: <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2019.7.12>
26. Wilson S. J. What makes a brand successful? URL: <https://stevenjwilson.com/what-makes-a-brand-successful/> (дата звернення: 26.04.2025).
27. Yazla M., Şafak T., Aksu Ş. H., Savran K., Aydogan R. F., Arslan M., Koçak A. O., Katipoğlu B. YouTube as a source of information in cardiopulmonary resuscitation for 2020 AHA Resuscitation Guidelines. *PeerJ Life & Enviroments*. 2024. № 12. DOI: <https://doi.org/10.7717/peerj.18344>

References

- Buinytska, O., Terletska, T., & Lymarenko, V. (2025). *Prohrama pidvyshchennia kvalifikatsii dlia naukovo-pedahohichnykh pratsivnykiv «tsyfrovyy videobrend vykladacha» [Professional development program for academic staff «Digital video brand of a teacher»]*. https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nnc.rpl/PK_videobrend.pdf
- Dragan-Ivanets, N., & Synorub, H. (2021). Navchalne video yak tvorchyi proiekt studentiv-zhurnalistiv v umovakh dystantsiinoho navchannia (na prykladi dystsypliny «Spetsializatsiia: internet, telebachennia») [Educational video as a creative project of journalism students under distance learning conditions (based on the course “Specialization:

- Internet, television”)]. *Scientific Notes of Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. Series: Pedagogy*, 2, 138–144. <https://doi.org/10.25128/2415-3605.21.2.18>
- Kontseptsiiia rozvytku tsyfrovyykh kompetentnostei. *Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy № 167-p vid 03.03.2021 r.* [Concept for the development of digital competences. Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 167-r dated 03.03.2021] (2021). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text>
- Ostapovych, N. (2021). Vykorystannia video dlia navchannia maibutnikh likariv medychnoi ta biolohichnoi fizyky – potreba sohodennia [The use of video for teaching future doctors medical and biological physics – a need of today]. *Acta Paedagogica Volyniensis*, 3, 225–232. <https://doi.org/10.32782/apv/2021.3.33>
- Polozhennia pro orhanizatsiiu osvithnoho protsesu v Kyivskomu stolychnomu universyteti imeni Borysa Hrinchenka [Regulations on the organization of the educational process at Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University] (2024). https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/vdd/documenty_grinchenko_university/rozdil_10/Polozhennia_pro_orhanizatsiiu_osv_protsesu.pdf
- Pryhodii, M. A., Hurzhii, A. M., Humennyi, O. D., Holub, I. I., Pryhalinska, T. H., & Voloshyn, A. M. (2023). *Tsyfrovii tekhnologii profesiinoi pidhotovky maibutnikh kvalifikovanykh robitnykiv u voiennyi ta povojenyi chas: navchalno-metodychnyi posibnyk* [Digital technologies for professional training of future skilled workers during wartime and post-war period: a training manual]. Institute of Vocational Education of the NAPS of Ukraine. <https://doi.org/10.32835/978-617-95325-9-7/2023>
- Slovyk.ua [Dictionary.ua] (2025). <https://slovyk.ua/index.php?swrd=%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9>
- Slovotvir. Onlain slovyk [Word formation. Online dictionary»]. (2025). <https://slovotvir.org.ua/>
- Shabala, Yu. (2024). *Osobystyi brendbuk pedahoha: metodychnyi poradnyk* [Personal brand book of a teacher: a methodological guide]. University of Educational Management of the NAPS of Ukraine. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/742452/1/%D0%9E%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B9%20%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B1%D1%83%D0%BA%20%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%B0.pdf>
- Claxier, T., Chevalier, E., Demailly, Z., Veber, B., Messaadi, I.-A., & Popoff, B. (2024). Social media usage for medical education and smartphone addiction among medical students: web-based survey. *Advancing digital health & open science*, 10. <https://doi.org/10.2196/55149>
- Dahlan, M., Halim, N., Kamarudin, N., & Ahmad, F. (2023). Exploring interactive video learning: Techniques, applications, and pedagogical insights. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 220–230. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2023.12.024>
- EDUCAUSE. (n.d.). Digital learning. <https://library.educause.edu/topics/teaching-and-learning/digital-learning>
- Eshuis, J., & Ripoll González, L. (2025). Conceptualising place branding in three approaches: towards a new definition of place brands as embodied experiences. *Journal of Place Management and Development*, 18 (1), 61–79. <https://doi.org/10.1108/JPM-D-11-2023-0109>
- Media Learning Association (2025). *Five dimensions of quality in educational videos*. <https://media-and-learning.eu/subject/higher-education/five-dimensions-of-quality-in-educational-videos/>
- Gülen, S., & Dönmez, İ. (2024). Effectiveness of Web-supported Videos on Students’ Academic Achievement, Critical Thinking Skills and Three-dimensional Learning. *Journal of Learning for Development*, 11 (3), 478–491. <https://doi.org/10.56059/jl4d.v11i3.936>
- Jiang, S., & Xiao, F. (2024). How Teachers Contribute to the Sustainability of the University Brand: Evidence from China. *Sustainability*, 16 (9). <https://doi.org/10.3390/su16093793>
- Khilya, A., Kucharchuk, H., Sabadosh, Y., & Korol, A. (2024). Principles of creating and designing video content for asynchronous learning. *Environment. Technology. Resources. Proceedings of the 15th International Scientific and Practical Conference*, 2. <https://doi.org/10.17770/etr2024vol2.8088>
- Kovari, A., & Nametovski, Z. (2022). Framework for Preparation of Engaging Online Educational Materials – A Cognitive Approach. *Applied Sciences*, 12. <https://doi.org/10.3390/app12031745>
- Morze, N., Terletska, T., & Varchenko-Trotsenko, L. (2023). Implementing innovative teaching methods for asynchronous learning using Moodle LMS. *CTE 2023: 11th Workshop on Cloud Technologies in Education, December 22, 2023, Kryvyi Rih, Ukraine* (pp. 147–163). URL: <https://media-and-learning.eu/subject/higher-education/five-dimensions-of-quality-in-educational-videos/>
- Muca, E., Buonaiuto, G., Lamanna, M., Silvestrelli, S., Ghiaccio, F., Federiconi, A. et al. (2023). Reaching a Wider Audience: Instagram’s Role in Dairy Cow Nutrition Education and Engagement. *Animals*, 13. <https://doi.org/10.3390/ani13223503>
- Sak, T., Lialuk, A., Mylko, I., & Savchuk, Ya. (2024). Brand Value on the Ukrainian Dairy Market: Innovative Assessment Methodology and Development of Marketing Strategies. *Economics*, 12 (3). <https://doi.org/10.2478/eoik-2024-0043>
- Shamsi, F., & Sindhu, I. (2025). Condensing video content: deep learning advancements and challenges in video summarization innovations. *IEEE Access*. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2025.3526068>
- Shayeb, S., & Daher, W. (2024). The Impact of Using Digital Video Recordings by Prospective Teachers on Their Technological Pedagogical Content Knowledge. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 2445–2462. <https://doi.org/10.3390/ejihpe14090162>

- Varchenko-Trotsenko, L., Tiutiunnyk, A., & Terletska, T. (2019). Using video materials in electronic learning courses. *Open Educational E-environment of Modern University. Special Edition "New pedagogical approaches in STEAM education"*, 375–382. <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2019s34>
- Varchenko-Trotsenko, L., Vember, V., & Terletska, T. (2019). Main aspects of educational video materials design for use in educational process of higher educational institutions. *Open Educational E-environment of Modern University*, 119–126. <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2019.7.12>
- Wilson, J. (n.d.). What makes a brand successful? <https://stevenjwilson.com/what-makes-a-brand-successful/>
- Yazla, M., Şafak, T., Aksu, Ş. H., Savran, K., Aydogan, R. F., Arslan, M. et al. (2024). YouTube as a source of information in cardiopulmonary resuscitation for 2020 AHA Resuscitation Guidelines. *PeerJ Life & Environments*, 12. <https://doi.org/10.7717/peerj.18344>

Стаття надійшла до редакції 19.05.2025

Прийнято до друку 19.06.2025

HIGHER EDUCATION TEACHER'S DIGITAL VIDEO BRAND FORMATION: TECHNICAL ASPECTS

Valerii Lymarenko

<https://orcid.org/0000-0003-4691-1267>

PhD, Junior Researcher,

The Digitization of Education Research Lab,

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University,

13-b Levko Lukianenko Str., 04207, Kyiv, Ukraine

v.lymarenko@kubg.edu.ua

The article examines the technical aspects of a higher education teacher's digital video brand formation as one of the key tools for effective communication with students in the context of the digital transformation of education and the spread of distance learning. The importance of educational video content for improving the quality of educational interaction, expanding the audience, increasing students' engagement, and strengthening the professional image of teachers is substantiated. It has been established that educational video content not only performs a didactic function but also plays an important role in shaping the professional image and increasing the recognition of the teacher, expanding the target audience, and ensuring flexibility and personalisation of learning. The author's definition of the concept of "digital video brand of a higher education institution teacher" is presented. It is a component of the teacher's personal brand, which is implemented in the educational video content created by the teachers, representing their professional competence, pedagogical individuality and values in the digital environment and contributing to the strengthening of the academic image of both the teacher and the higher education institution. The structural components of the formation of a digital video brand of a higher education institution teacher have been identified: a personality, content, and a platform. The technical aspects of designing educational videos have been analysed: image and sound quality, duration, recording format, recording and editing services, as well as the choice of a platform for publishing content. The obtained results can be used as a basis for further research in the field of personal branding in education, pedagogical video production, digital communication, and media didactics.

Keywords: brand, digital video brand, educational video content, higher education teacher, technical aspects of video content.