

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Глухівський національний педагогічний університет
імені Олександра Довженка

Кафедра педагогіки і психології
початкової освіти

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

Тема: ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ УЧНІВ НА
УРОКАХ ЛІТЕРАТУРНОГО ЧИТАННЯ

Виконала: Ворона Віталіна Валеріївна

Науковий керівник:

доктор філософії, старший викладач
кафедри педагогіки і психології
початкової освіти
Тихонова А. П.

Допущено до захисту

«12» листопада 2024 р.

Завідувач кафедри

Юрій А. Гайдиш

Дата захисту

«05» грудня 2024 р.

Оцінка:

90 #

Підписи членів ЕК:

Юрій А. Гайдиш (Гайдиш Ю. А.)

Юрій А. Гайдиш (Гайдиш Л. І.)

Микола І. Шевченко (Шевченко Т. І.)

Микола І. Шевченко (Шевченко А. В.)

Юрій А. Гайдиш (Гайдиш І. В.)



Глухів 2024 р.

АНОТАЦІЯ

Ворона В. В. Формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Магістерська робота на здобуття другого рівня вищої освіти «Магістр» з галузі знань 01 Освіта / Педагогіка спеціальності 013 Початкова освіта. Глухівський національний педагогічний університет імені Олександра Довженка. Кафедра педагогіки і психології початкової освіти. Глухів, 2024.

Магістерська робота присвячена дослідженню формування медіаграмотності учнів на уроках «Літературного читання».

У першому розділі обґрунтовано сутність поняття «медіаграмотність» та його структуру й функції, охарактеризовано психолого-педагогічні засади сформованості медіаграмотності учнів на уроках «Літературного читання», проаналізовано сучасний стан сформованості медіаграмотності учнів на уроках «Літературного читання».

У другому розділі розроблено методику формування медіаграмотності учнів на уроках «Літературного читання», здійснено спробу класифікувати медіа та медіазасобів у аспекті формування медіаграмотності в молодших школярів, експериментально перевірено методику формування медіаграмотності учнів на уроках «Літературного читання».

Ключові слова: медіаграмотність, методика формування, медіа, медіакомпетентність, медіатексти, здобувачі освіти.

ANNOTATION

Vorona Vitalina. Formation of media literacy in students during literature reading lessons. Qualifying scientific work on manuscript rights.

Master's thesis for obtaining the second level of higher education of «Master» in the field of knowledge 01 Education / Pedagogy specialty 013 Primary education. Oleksandr Dovzhenko Hlukhiv National Pedagogical University. Department of Pedagogy and Psychology of Primary Education. Hlukhiv, 2024.

This master's thesis is devoted to the study of the formation of students' media literacy during «Literature Reading» lessons.

The first chapter substantiates the essence of the concept of «media literacy», its structure, and functions. It describes the psychological and pedagogical foundations of media literacy development in students during «Literature Reading» lessons and analyzes the current state of media literacy formation in students during these lessons.

The second chapter develops a methodology for the formation of media literacy in students during «Literature Reading» lessons, attempts to classify media and media resources in the context of forming media literacy in primary school students, and experimentally verifies the methodology for the formation of media literacy in students during «Literature Reading» lessons.

Keywords: media literacy, formation methodology, media, media competence, media texts, students.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ.....	10
1.1. Сутність поняття «медіаграмотність», його структура та функції.....	10
1.2. Психолого-педагогічні засади формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання	18
1.3. Аналіз сучасного стану формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання.....	22
Висновки до першого розділу	29
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ УЧНІВ НА УРОКАХ ЛІТЕРАТУРНОГО ЧИТАННЯ.....	30
2.1. Класифікація медіа та медіазасобів формування медіаграмотності у молодших школярів	30
2.2. Методика формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання	43
2.3. Експериментальна перевірка методики формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання	61
Висновки до другого розділу.....	84
ВИСНОВКИ.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	90
ДОДАТКИ.....	98

ВСТУП

У сучасній педагогіці важливим є питання реформування освітньої системи відповідно до вимог сучасного суспільства. Одним із результатів цього процесу стало впровадження Концепції «Нова українська школа», яка спрямована на інтеграцію української освіти до загальноєвропейського освітнього простору.

Швидкий розвиток засобів масової інформації спричиняє значні зміни у суспільному житті, і освіта також зазнає впливу цих змін. Медіа дедалі активніше інтегруються в повсякденне життя школярів. У зв'язку з цим перед освітою постає новий виклик – навчити учнів розумітися на медіапросторі, аналізувати різні медіатексти та застосовувати отримані знання на практиці. Це сприяє формуванню медіаграмотності серед учнів.

У сучасних освітніх документах вживаються поняття «інформаційно-цифрова компетентність», яка передбачає «впевнене, а водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, у публічному просторі та приватному спілкуванні» та «медіаграмотність», яке використовується у типових освітніх програмах [19; 20], Державному стандарті [7] та Концепції Нової української школи [10]. Дані поняття охоплюють вузьке коло операцій з медіа, проте сучасний світ вимагає більшого, тому в контексті компетентнісного підходу вважаємо за доцільне використання поняття «медіаграмотність», яке вказує не лише на засвоєння знань, формування умінь та навичок у медіапросторі, а й власного досвіду створення медіатекстів.

Поняття «медіаграмотність» вперше використано у «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні» 2010 року [9], проте не набуло належного поширення.

Головною метою національної школи є сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти заради забезпечення всебічної підготовки дітей і молоді до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою

медіа, формування в них медіаобізнаності, медіаграмотності й медіакомпетентності відповідно до їхніх вікових та індивідуальних особливостей.

Нині у Типових освітніх програмах з української мови змістовою лінією «Досліджуємо медіа» визначено основні медіатексти, з якими працюють учні початкової школи. Відтак, робота над формуванням медіаграмотності передбачається, але наразі відбувається не системно, що обумовлено недостатнім розробленням теоретичних та методологічних аспектів формування медіаграмотності.

Формування медіаграмотності на уроках літературного читання є важливим завданням у зв'язку з сучасною медіаорієнтованою культурою та впливом медіа на сприйняття літератури. Наводимо основні причини важливості впровадження медіа на уроках літературного читання: медіа навчають критично оцінювати та аналізувати літературні твори, стимулюють творчість, допомагають краще усвідомити контекст та позиціонувати літературні твори у медіасередовищі, роблять уроки захоплюючими та актуальними для сучасних учнів, сприяють підвищенню зацікавленості до літературного читання.

Формування медіаграмотності на уроках літературного читання допомагає учням краще розуміти та оцінювати літературні твори у контексті сучасної медіакультури, що є важливим для їхнього розвитку як освічених споживачів медіа.

Актуальність дослідження зумовлюється *суперечностями* між:

- потребою у застосуванні медіа в освітньому процесі – неготовністю вчителів початкових класів до формування в учнів медіаграмотності;
- потребою у використанні медіазасобів на уроках літературного читання – недостатньою зорієнтованістю освітнього процесу на формування у молодших школярів медіаграмотності;
- необхідністю впровадження медіазасобів у освітній процес – обмеженістю знань у молодших школярів щодо застосування

медіатехнологій та низькою технічною оснащеністю класів.

Важливість проблеми формування медіаграмотності учнів молодшого шкільного віку та недостатня її розробленість обумовлюють актуальність дослідження та вибір теми **«Формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання»**.

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні та експериментальній перевірці методики формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання.

Завдання дослідження:

- проаналізувати психолого-педагогічну та методичну літературу досліджуваної проблеми;
- проаналізувати сучасний стан проблеми формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання;
- розробити методику формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання;
- експериментально перевірити ефективність методики формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання.

Об'єктом дослідження є процес формування медіаграмотності у молодших школярів.

Предмет дослідження: методика формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання.

У дослідженні застосовуються такі методи: *теоретичні* – аналіз літератури з даної проблематики; аналіз та узагальнення психолого-педагогічної, навчально-методичної літератури; узагальнення; порівняння й зіставлення; системний аналіз; порівняння; прогнозування; *емпіричні* – методи збору інформації (бесіда, анкетування, опитування, спостереження, тестування), аналіз уроків з точки зору досліджуваної проблеми, анкетування вчителів початкових класів, педагогічний експеримент; *методи математичної статистики* – якісний та кількісний аналіз результатів дослідження, перевірка їх достовірності.

Наукова новизна здобутих результатів полягає у тому, що обґрунтовано сутність поняття «медіаграмотність» та його структуру й функції, охарактеризовано психолого-педагогічні засади сформованості медіаграмотності учнів на уроках літературного читання, проаналізовано сучасний стан сформованості медіаграмотності учнів на уроках літературного читання.

Практичне значення полягає у розробленні методики формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання, спробі класифікувати медіа та медіазасобів у аспекті формування медіаграмотності в молодших школярів, експериментальній перевірці методики формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання.

Матеріали магістерської роботи можуть бути використанні керівництвом, вчителями початкових класів під час укладання навчально-виховних програм щодо формування у молодших школярів медіаграмотності; здобувачами освіти педагогічних ЗВО для підготовки рефератів та написання курсових робіт.

Структура магістерської роботи: робота складається з титульного листа, змісту, вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури та додатків.

Апробація відбувалась на науково-практичних конференціях:

1. Всеукраїнський науково-методичний семінар «Компетентнісний підхід в освіті: теорія і практика» (м. Глухів, 16 листопада 2023 року).
2. XIII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Глухівські читання – 2023. Актуальні питання суспільних та гуманітарних наук» (м. Глухів, 6-9 грудня 2023 року).
3. II Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Розвиток гнучких умінь (soft skills) у процесі освітньої діяльності: теорія і практика» (м. Глухів, 22 лютого 2024 року).
4. VI Всеукраїнській науково-практичній онлайн-конференції «Дошкільна і початкова освіта: реалії та перспективи» (Сумського

державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка, 10 квітня 2024 року).

5. Науково-практичний семінар «Впровадження європейських стандартів у систему освіти в Україні», (м. Запоріжжя, 11 квітня 2024 року).

6. II Всеукраїнська науково-практична конференція «Початкова освіта в парадигмі Нової української школи: виклики часу», м. Глухів, 25 квітня 2024 р.

7. XI Всеукраїнська науково-практична студентська інтернет-конференція «Науковий простір студента: пошуки і знахідки», Український державний університет імені Михайла Драгоманова, 29 березня 2024 р.

Публікації:

1. Ворона В. В. Науково-теоретичні засади формування медіакомпетентності молодших школярів. *Компетентнісний підхід в освіті: теорія і практика: збірник матеріалів Всеукраїнського науково-методичного семінару* (16 листопада 2023 року, м. Глухів) / за заг. ред. Ольги Вишник. Глухів, 2023. С. 35-37.

2. Ворона В. В. Сутність поняття «медіаграмотність», його структура та функції. *Глухівські читання – 2023. Актуальні питання суспільних та гуманітарних наук : збірник матеріалів XIII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції* / за заг. ред. А. С. Полякова (м. Глухів, 6-9 грудня 2023 року). Глухів, 2023. С. 279-281.

3. Ворона В. В. Психологічні аспекти формування медіакомпетентності учнів початкових класів. *Розвиток гнучких умінь (soft skills) у процесі освітньої діяльності : теорія і практика : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції* (м. Глухів, 22 лютого 2024 року) / за науковою редакцією д-ра пед. наук, професора Бірюк Людмили Яківни. Глухів : РВВ Глухівського НПУ ім. О. Довженка, 2024. С. 158-160.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ

1.1. Сутність поняття «медіаграмотність», його структура та функції

У сучасному педагогічному середовищі одним із ключових питань є модернізація системи освіти відповідно до актуальних потреб суспільства. Цей процес реалізується через впровадження концепції «Нова українська школа» (НУШ), яка ставить за мету підвищення конкурентоспроможності, інтеграцію в загальноєвропейський освітній простір і забезпечення економічної незалежності освітньої системи.

Стрімкий розвиток засобів масової інформації спричиняє значні зміни у суспільному житті, що, у свою чергу, впливає на освітню сферу. Медіа дедалі більше проникають у повсякденну реальність сучасних учнів, тому освітяни мають новий виклик – навчити школярів орієнтуватися в інформаційному просторі, критично аналізувати різні медіатексти та застосовувати здобуті знання у практичній діяльності. Ці навички є основою для формування медіаграмотності учнів.

Це поняття можна тлумачити по-різному, термін «медіаграмотність» складається з двох складових, тому необхідно ознайомитися зі значенням кожної частини поняття – «медіа» та «грамотність».

Одними з перших почали вживати та досліджувати термін «медіа» співробітники Торонтського університету Гарольд Інніс та Герберт Маршалл Маклюен. Учені розуміли медіа як засоби масової інформації, що включають радіо, телебачення, кіно, аудіозаписи, пресу та інтернет.

Отже, це поняття розвивається, доповнюється та поширюється. Тому сьогодні до медіапростору включають усе, що оточує людей: рекламу, одяг, дорожні знаки, тощо.

Світ медіа має значний вплив на світосприйняття та людський

світогляд. Можемо визначити деякі негативні та позитивні характеристики медіа та медіаінформації.

До позитивного можемо віднести те, що ми дізнаємося інформацію про те, що відбувається на іншому кінці світу в лічені хвилини. Медіа – це, безперечно, один зі зв'язків між владою та суспільством, провідник у різні сфери суспільного життя. Медіа – це найбільший ресурс для освіти. Здобувачі освіти мають змогу формувати навички, використовуючи медіаресурси.

Головною негативною характеристикою медіа є невідфільтрована інформація. Учні часто стикаються з небажаною, а іноді навіть шкідливою різноманітною медіаінформацією, яка впливає на їх ставлення до світу та думки. Таким чином, виникає необхідність формування грамотності учнів у цій сфері.

Поняття «грамотність» увійшло в обіг декілька років тому. Так компетентісна освіта з'явилась лише в другій половині минулого століття в США, Німеччині та Великобританії. В Україні поняття «компетентність» почало вживатись порівняно недавно.

За словником іншомовних слів, грамотністю називають поінформованість, обізнаність у певній сфері знань. Відповідно до тлумачного словника української мови компетентною людиною вважають ту, що має достатні знання в якій-небудь галузі; яка з чим-небудь добре обізнана; тямуща; що ґрунтується на знанні; кваліфікована; ту, яка має певні повноваження; повноправна, повновладна.

У Державному стандарті загальної початкової освіти термін «компетентність» визначається як інтегрована здатність, що поєднує знання, вміння, навички, досвід і емоційно-ціннісні ставлення [7].

Голова Міжнародної комісії з освіти XXI століття, французький учений Жак Делор, у своїй доповіді для ЮНЕСКО визначив ключові принципи, на яких повинна базуватися компетентісна освіта:

- навчитися пізнавати – розвивати здатність до самостійного

здобуття знань і розуміння світу;

- учитися жити – формувати навички самостійного управління своїм життям та адаптації до змін;
- навчитися жити разом – розвивати толерантність, співпрацю та взаємоповагу в суспільстві;
- навчитися жити з іншими – знаходити спільну мову, враховуючи індивідуальні особливості та різноманіття людей.

Зміни в інформаційному суспільстві визначили актуальність принципу «навчитися пізнавати», що передбачає здобуття знань відповідно до розвитку людства. Жак Делор розглядає принципи «навчитися жити разом» і «навчитися жити з іншими» як інтегровану основу, яка забезпечує входження людини, особливо дитини, у суспільство. Принцип «вчитися жити» спрямований на оволодіння знаннями та навичками, що необхідні для успішного життя.

Інші науковці розглядають компетентність як особистісну якість, яка проявляється у життєдіяльності людини та її взаємодії з іншими. Зокрема, І. Зимня у рамках цього підходу виділяє основні аспекти компетентності:

- мотиваційний аспект – готовність до прояву компетентності;
- когнітивний аспект – володіння знаннями, що становлять зміст компетентності;
- поведінковий аспект – досвід використання компетентності у стандартних і нестандартних ситуаціях;
- ціннісно-смысловий аспект – ставлення до змісту компетентності та об'єкта її застосування;
- емоційно-вольова регуляція – контроль процесу та результатів прояву компетентності.

Можемо зробити висновок, що грамотність – це інтегрована здатність, що характеризує готовність особистості використовувати сукупність знань, умінь, навичок, досвіду, а також емоційно-ціннісних ставлень у власному житті. Дане визначення є основою для розуміння поняття

«медіаграмотність».

Поняття «медіаграмотність» стало розглядатись спочатку в роботах педагогів та науковців сфери медіаосвіти й пояснювалося як «здатність аналізувати, обробляти медіапродукти та орієнтуватися у сфері медіа» [9]. З розвитком суспільства та розширенням медіапростору поняття традиційної компетентності стало менш актуальним, оскільки виникла потреба доповнити перелік процесів, пов'язаних із роботою з медіа та медіаінформацією. У зв'язку з цим доцільним є введення поняття «медіакомпетентність».

Медіакомпетентність охоплює здатність аналізувати, критично оцінювати, створювати та використовувати медіаконтент, забезпечуючи ефективну інтеграцію особистості в сучасне інформаційне суспільство.

Вітчизняні науковці також зробили внесок у розуміння сутності поняття «медіаграмотність». Наприклад, науковець А. Сулім зазначає, що медіаграмотність – це результат упровадження медіаосвіти, який у свою чергу створює умови для активного використання людиною можливостей інформаційно-освітнього поля - телебачення, радіо, преси, Інтернету, формує культуру спілкування, розвиває творчі та комунікативні здібності, критичне мислення, вміння сприймати, інтерпретувати, аналізувати й оцінювати медіатексти, навчає різних форм самовираження за допомогою освітніх технологій, у тому числі – медіатехнологій» [18].

Отже, можемо дійти висновку, що медіакомпетентність особистості – це її здатність у взаємодії сукупності знань, умінь та навичок, які сприяють добору, використанню, відбору, здійсненню критичного аналізу, оцінки, інтерпретації, передачі й створенню медіатекстів у різноманітний спосіб.

Поняття «медіаграмотність» базується на певних структурних компонентах, показниках та функціях.

Це багатоаспектне поняття, яке включає різні процеси роботи з медіаінформацією та медіатекстами (див. рис. 1.1.)



Рис. 1.1. Процеси роботи з медіаінформацією

Ми вже визначили, що медіаграмотність – це сукупність знань, умінь і навичок, які сприяють здійсненню різних процесів. Рис.1.1. засвідчує, що поняття «медіаграмотність» є багатовимірним поняттям, яке включає п'ять основних процесів взаємодії з медіатекстами та медіаінформацією: відбір і аналіз, інтерпретацію, критичну оцінку, створення та передачу різними способами. Усі ці процеси тісно взаємопов'язані, формуючи єдину систему, ефективність якої залежить від поєднання знань, умінь і навичок. Багатогранність цього поняття визначає його ключові характеристики та значущість. С. Трішина та О. Хуторський в своїх наукових працях виділяють такі властивості медіаграмотності (див. табл. 1.1.).

Таблиця 1.1.

Властивості медіаграмотності

Властивість	Пояснення
Дуалізм	наявність об'єктивної реальності та суб'єктивного
Структурованість	робота з медіатекстами має свою структуру

Відносність	через зміну джерел медіаінформації наявні знання швидко стають застарілими
Селективність	вся медіаінформація сприймається як потрібна та як безпечна
Поліфункціональність	необхідність для всіх сфер освіти та життя загалом

Науковці по-різному визначають структуру медіаграмотності.

О. Федоров виділив такі компоненти [22]:

- інформаційний – розуміння сутності медіа, обізнаність у різних видах медіатекстів;
- контактний, який передбачає досвід взаємодії з медіатекстами;
- інтерпретаційний, що означає вміння аналізувати функціонування медіа в суспільстві та жанрово-видову різноманітність медіатекстів, базуючись на певному рівні розвитку медіасприйняття й критичного мислення;
- практико-операційний, що полягає в здійсненні попередньо зазначених процесів роботи з медіаінформацією;
- мотиваційний, що включає причини взаємодії з медіатекстами;
- креативний, що передбачає інноваційність у створенні власних медіапродуктів.

Усі науковці передбачають, що медіа має виконувати комунікативну функцію, проте дослідники по-різному її називають.

Зважаючи на вікові особливості молодших школярів, вважаємо за доцільне сконцентрувати увагу на трьох основних компонентах (див. рис.1.2.).

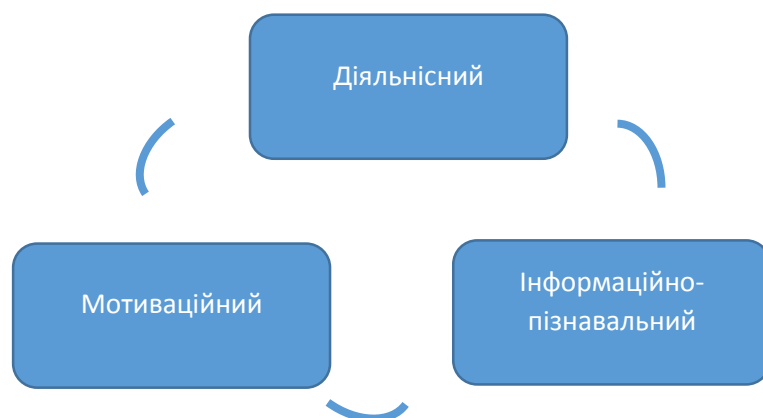


Рис. 1.2. Компоненти медіаграмотності молодших школярів

Основні компоненти медіаграмотності зумовлюють виконання відповідних функцій. Одним із дослідників, який розробляв функції медіаграмотності, є Є. Груцо. У своїй праці «Медіаосвіта як фактор розвитку особистості в умовах переходу до інформаційного суспільства» він визначає такі основні функції:

- проєктивна – забезпечує здатність захищатися від медіаманіпуляцій, залежності від медіа та їхнього впливу на психіку через розвиток критичного мислення.
- аксіологічна – спрямована на формування нових цінностей, життєвих і професійних установок, мотивації та світогляду.
- розвивальна – допомагає розкрити творчий потенціал та сприяє розвитку самостійності мислення на основі медіаматеріалів.
- комунікативна – підвищує рівень взаємодії та комунікації між людьми.
- культурологічна – сприяє усвідомленню ролі медіа у культурному та суспільному контексті.
- адаптивна – підтримує здатність особистості адаптуватися до інформаційного потоку, підвищує стресостійкість і допомагає змінювати медіаповедінку та медіаспоживання.
- аналітична – розвиває вміння аналізувати, інтерпретувати та

критично оцінювати медіаконтент, знаходити інформацію для формування власної позиції, враховуючи різні точки зору.

У контексті мовно-літературної освіти ми уточнили та адаптували ці функції, виокремивши такі: комунікативна, адаптивна, мотиваційна, розвивальна, аналітична та культурологічна (див. табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Функції медіаграмотності в мовно-літературній освіті

Назва функції	Роль
Комунікативна	сприяє підвищенню комунікації між учасниками
Адаптивна	впливає на адаптацію особистості до напливу різних медіа та до життя в інформаційному суспільстві
Мотиваційна	формування нових життєвих та професійних цінностей, установок, мотивації, поглядів
Розвивальна	здатність розкрити творчий потенціал та самостійність мислення на основі мовно-літературної галузі знань в межах змістової лінії «Досліджуємо медіа»
Аналітична	розвиває вміння аналізувати, пояснювати, інтерпретувати медіаконтент, формує вміння критично оцінювати медіа, враховуючи різні погляди, думки й шукати потрібну інформацію для оцінки й формування
Культурологічна	допомагає в засвоєнні понятійного апарату в сфері медіа, сприяє знайомству з усесвітньою культурною спадщиною, включаючи здобутки

Отже, реалізація всіх названих функцій буде сприяти ефективному формуванню медіаграмотності під час навчання рідної мови. На сьогоднішній день точно не визначено поняття «медіаграмотність». Ми ж визначаємо її як здатність, що полягає у взаємодії сукупності знань, умінь та навичок, які сприяють добору, використанню, відбору, здійсненню критичного аналізу, оцінки, інтерпретації, створенню й передачі

медіатекстів у різноманітний спосіб. Структурованість медіаграмотності зумовлює виділення шести компонентів цього поняття (інформаційно-пізнавальний, мотиваційний, контактний, морально-соціальний, критичний, діяльнісний). Виділені компоненти визначають виконання низки функцій медіаграмотності, які наразі залишаються недостатньо дослідженими. Однак нами було запропоновано власну класифікацію. До основних функцій медіаграмотності належать: комунікативна, адаптивна, мотиваційна, розвивальна, аналітична та культурологічна. Ці характеристики медіаграмотності визначають ключові аспекти її формування.

1.2. Психолого-педагогічні засади формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання початкових класів

Формування медіаграмотності є складним процесом, що має свої особливості та залежить від низки факторів і умов. Воно ґрунтується на трьох основних компонентах:

- практичне застосування знань та вмінь у роботі з медіаінформацією;
- досвід взаємодії з медіапростором;
- прагнення до самоосвіти.

Для ефективного формування медіаграмотності ми визначили такі аспекти:

- відповідність віковим та індивідуальним особливостям;
- поетапна робота над формуванням медіаграмотності;
- упровадження спеціальних вправ та завдань щодо формування медіаграмотності на уроках української мови.

Зупинимося детальніше на кожному з аспектів.

Відповідність віковим та індивідуальним особливостям визначається

психологічними характеристиками молодшого шкільного віку. До цього віку відносять дітей віком від 6 до 10 років, що співпадає з періодом навчання в початковій школі. Перехід від однієї вікової стадії до іншої супроводжується новими психічними змінами, яких не було на попередніх етапах розвитку, і перебудовою всього процесу розвитку.

Молодший шкільний вік характеризується значними змінами в психіці дитини, що визначають її психологічні особливості. На цьому етапі відбувається зміна соціальної ролі: діти вступають до школи, де їх чекають нові умови життя і вимоги. У зв'язку з цим провідною діяльністю стає навчальна. Проте, навіть у молодшому шкільному віці, ігрова діяльність залишається важливою і продовжує суттєво впливати на життєдіяльність учнів початкової школи.

Учні в повсякденному житті сприймають безліч медіапродуктів, які впливають на їх свідомість. Дуже часто така інформація може носити маніпулятивний характер, тому одним із основних завдань формування медіаграмотності є навчити дітей критично мислити, аналізувати, інтерпретувати інформацію з медіа.

Основними дитячими медіапродуктами, що впливають на свідомість учнів початкових класів визначають такі: мультфільми, комікси, комп'ютерна гра, реклама, пісня, кліп, світлини тощо [4].

Перший медіапродукт, з яким знайомиться учень задовго до школи, – це малюнок. Дитина ще не вміє читати, але малюнки вже розглядає. Малюнок для дітей молодшого шкільного віку – це не просто задоволення творчих потреб, а й потужний інструмент для всебічного розвитку дитини. Ось деякі можливості, які відкриває малювання для маленьких художників:

- розвиток моторики – дрібна моторика рук, яка розвивається під час малювання, тісно пов'язана з розвитком мови та пізнавальними процесами;
- розширення словникового запасу – під час малювання діти називають кольори, форми, предмети, що сприяє поповненню їхнього словникового запасу;

- розвиток уяви та фантазії – малюючи, діти втілюють свої фантазії, створюють власні світи та історії;
- вираження емоцій – через малюнок діти можуть виразити свої почуття, які важко передати словами;
- пізнання навколишнього світу – малюючи природу, людей, предмети, діти краще розуміють і запам'ятовують інформацію про навколишній світ;
- розвиток творчого мислення – малювання стимулює пошук нестандартних рішень, розвиває креативність;
- підвищення самооцінки – коли дитина бачить результати своєї творчості, у неї підвищується самооцінка і віра у власні сили.

Як малюнок може бути використаний на уроках української мови:

- ілюстрації до казок та оповідань – учні можуть малювати героїв улюблених творів, створювати власні ілюстрації до прочитаного тексту;
- створення коміксів – малюючи комікси, діти вчаться будувати сюжет, підбирати слова для діалогів, розвивають навички оповідання;
- вираження своїх вражень від прочитаного – після читання книги або оповідання діти можуть намалювати картину, яка відображає їхні враження;
- створення власних історій – діти можуть придумувати свої історії і ілюструвати їх;
- виготовлення книжок – діти можуть створювати власні книжки з малюнками та текстами.

Малювання – це універсальний інструмент, який може бути використаний на різних уроках і сприяти всебічному розвитку дитини.

Одним із новоутворень молодшого школяра, за думкою О. Скрипченко, є розвиток різних психічних операцій, таких як аналіз, порівняння, синтез, узагальнення тощо [16]. Ці операції стають основою для формування медіаграмотності, оскільки саме вони визначають різні процеси роботи з медіаінформацією. На нашу думку, варто адаптувати напрями аналізу медіаінформації до вікових особливостей молодших школярів.

Як зазначає психолог О. Сергеєнкова, у цьому віці відбувається усвідомлення своїх емоцій та почуттів, молодші школярі вчаться розрізняти та контролювати їх [15]. Тому уможлиблюється один із процесів медіакомпетентності – формування емоційно-ціннісних ставлень до медіа, які є основою для критичного ставлення до медіапродукції та медіаінформації. Важливо, щоб учні могли визначати власні вподобання в світі медіа, розуміли, яка медіаінформація викликає відповідні емоції: сумнів, радість, сум, здивування, відразу тощо. Учень початкової школи може формувати своє особисте ставлення до того чи іншого медіапродукту, що впливає не лише на ефективність діяльності у світі медіа, а й на загальний розвиток дитини, її особистісне становлення, формування індивідуальних рис, ставлень, уподобань.

На думку українського психолога І. Бега, ще однією характеристикою молодшого шкільного віку є перехід до довільної поведінки [1]. Відтак, ця психологічна особливість дозволяє більш детально працювати над теоретичними аспектами медіа, зокрема ознайомленням з основними поняттями цієї галузі та вивченням жанрової різноманітності медіапродуктів, що є частиною інформаційно-пізнавального компоненту медіаграмотності. Довільність поведінки сприяє також формуванню навичок створення власних медіапродуктів як за допомогою вчителя, так і самостійно.

Отже, формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання потребує комплексного підходу, що поєднує як психолого-педагогічні знання, так і інноваційні методи роботи з медіатекстами. Адаптація засобів та системи роботи з формування медіаграмотності до вікових особливостей молодших школярів є основоположною ланкою означеного процесу.

1.3. Аналіз сучасного стану формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання

Для з'ясування наявного стану досліджуваної проблеми у практиці сучасних шкіл нами було проаналізовано основні державні документи, підручники, передовий педагогічний досвід та проведено анкетування серед учителів початкової ланки освіти.

Аналіз основних державних документів показав, що наразі поняття «медіаграмотність» не виділяється. У Державному стандарті загальної початкової освіти визначено інформаційно-комунікаційну компетентність як ключову, яка передбачає «опанування основою цифрової грамотності для розвитку і спілкування, здатність безпечного та етичного використання засобів інформаційно-комунікаційної компетентності у навчанні та інших життєвих ситуаціях» [7].

Дещо схоже, але ширше визначено дану компетентність у Концепції нової української школи: «Інформаційно-цифрова компетентність передбачає впевнене, а водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, у публічному просторі та приватному спілкуванні. Інформаційна й медіаграмотність, основи програмування, алгоритмічне мислення, робота з базами даних, навички безпеки в інтернеті та кібербезпеці. Розуміння етики роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо)» [33]. На нашу думку, у даних розуміннях концентрується увага на технічній стороні роботи з інформацією, а також на критичному її сприйнятті. Таким чином, інформаційно-комунікаційну компетентність не можемо вважати аналогічною до медіаграмотності в Концепції НУШ та Державному стандарті [7].

Проте у зв'язку з переглядом мети та очікуваних результатів, у Державному стандарті ми бачимо зміни щодо напрямів і цілей навчання. Відтак у мовно-літературній галузі виділяють такий очікуваний результат:

«учень сприймає, аналізує, інтерпретує, критично оцінює інформацію в текстах різних видів, медіатекстах та використовує її для збагачення свого досвіду». У цьому твердженні відображено основні процеси, що складають медіаграмотність. Тому саме у мовно-літературній галузі передбачено роботу з її формування.

Такі вимоги реалізуються у типових освітніх програмах. Сьогодні існує дві опорні програми, за якими працюють вчителі других класів: освітня програма, створена під керівництвом О. Савченко та освітня програма, створена під керівництвом Р. Шияна. В обох програмах у мовно-літературній галузі виділено змістову лінію «Досліджуємо медіа», яка передбачає формування так званої медіаграмотності учнів. Автори програм визначають основні медіапродукти, з якими працюють молодші школярі, основні операції, що мають здійснюватися з ними, а також прості медіапродукти, які вони створюють.

Так, відповідно до типової освітньої програми, розробленої під керівництвом О. Савченко, учні мають навчитися сприймати різні медіапродукти, інтерпретувати інформацію, що вони містять, визначати їх призначення, аналізувати зміст вербальної та невербальної інформації з медіа, вирізняти свої емоційні реакції та вподобання і створювати власні прості медіапродукти. Процеси роботи з медіапродуктами та медіаінформацією, що вони містять, передбачає й освітня програма, створена під керівництвом Р. Шияна.

На нашу думку, у типовій освітній програмі, розробленій під керівництвом Р. Шияна, перелік медіапродуктів описано значно детальніше та ширше. Вважаємо, що така різноманітність медіапродуктів або, як це називають автори, «медіаграмотність» є важливою складовою навчання.

Під час аналізу освітніх програм ми зауважили, що в типовій програмі, створеній під керівництвом О. Савченко, sms-повідомлення виокремлено як медіапродукт. Натомість у програмі, розробленій Р. Шияном, sms-повідомлення не потрапляють до змістовної лінії «Досліджуємо медіа»,

оскільки вони розглядаються як звичайні короткі письмові повідомлення, створені за допомогою цифрових пристроїв. Тому в цій програмі sms-повідомлення представлені в змістовій лінії «Взаємодіємо письмово».

Автори програм використовують різні терміни для позначення медіапродуктів. У типовій освітній програмі, розробленій під керівництвом О. Савченко, застосовується термін «медіатекст» для позначення об'єкта, що містить медіаінформацію. Натомість у типовій освітній програмі, створеній під керівництвом Р. Шияна, використано термін «медіапродукт». Хоча ці поняття є рівнозначними, для зручності в подальшому будемо використовувати термін «медіапродукт».

Отже, автори програм визначають різні медіапродукти, з якими мають працювати учні першого класу. Обидві програми у змістовій лінії «Досліджуємо медіа» включають такі медіапродукти: комікси, дитячі журнали, рекламу, листівки, фото-колажі. У типовій освітній програмі, розробленій під керівництвом Р. Шияна, цей перелік доповнюється мультфільмами, кіноафішами, стіннівками, а також аудіо- та відеоматеріалами.

М. Вашуленко та С. Дубовик приділяють більше уваги роботі з медіапродуктами. Так, учні працюють з різними їх видами, використовуючи QR-коди, після чого здійснюється аналіз змісту медіаінформації. (див. рис. 1.3).

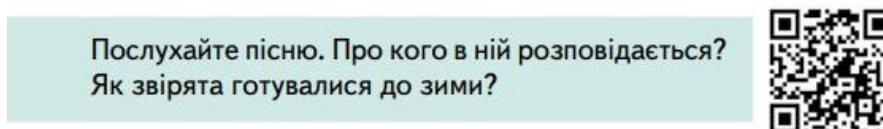


Рис. 1.3 Приклад роботи з медіапродуктом у підручнику М. Вашуленко, С. Дубовик

У цьому підручнику не розглядаються деталі медіапродуктів, а жанрова різноманітність представлена недостатньо. Фактично, навчальний матеріал зводиться до ознайомлення учнів з медіапродуктами та їх поверхневого аналізу.

Аналогічна ситуація спостерігається в підручниках з української мови та читання авторів Н. Кравцової, В. Романової, А. Савчук, Г. Іваниці та Г. Сапун, О. Придатюк, де передбачена робота зі скануванням QR-кодів для ознайомлення з медіапродуктами, але без їх глибшого аналізу.

У підручнику Л. Тимченко та І. Цепової, в рамках змістовної лінії «Досліджуємо медіа», також є робота зі скануванням QR-кодів. Однак недоліком є те, що ці коди не підписані, що ускладнює розуміння їх призначення для учнів. У підручнику передбачена робота зі світлиною як медіапродуктом, але її змістовний аналіз відсутній.

Аналіз підручника з української мови К. Пономарьової показав, що для опрацювання запропоновані медіапродукти, такі як sms-повідомлення, оголошення, світлина. Їх змістовний аналіз проводиться.

Найбільш ґрунтовно медіаграмотність розвивається в підручнику І. Остапенко. Учні ознайомлюються зі світлинами, коміксами, аудіозаписами, оголошеннями, піснями тощо, сканують QR-коди. Перевагою цього підручника є те, що проводиться аналіз медіапродуктів, їх порівняння та робота щодо створення різних жанрів медіапродуктів. Проте немає інструкцій для учнів щодо виконання цієї роботи. У порівнянні з іншими підручниками, підручник І. Остапенко найкраще реалізує змістову лінію «Досліджуємо медіа».

Аналіз тринадцяти рекомендованих підручників з української мови та читання для 2 класу показав, що вони не відповідають вимогам типових освітніх програм, зокрема в частині реалізації змістової лінії «Досліджуємо медіа». У підручниках недостатньо уваги приділено цій лінії, і різноманіття вправ обмежується лише невеликою кількістю жанрів медіапродуктів. Також проводиться лише поверхневий аналіз медіапродуктів, і в підручниках відсутні вправи, що включають використання, інтерпретацію, оцінку, відбір, добір та створення медіапродуктів. У результаті, реалізація вимог державного стандарту та типових освітніх програм покладається на вчителів, які повинні доповнювати наявні комплекси вправ.

Для оцінки коректності визначень терміну «медіапродукт» було проаналізовано різні тлумачення цього поняття. Найбільш вдалим є визначення Т. Єфремової в тлумачному словнику, де медіапродукт розглядається як «будь-який продукт у сфері медіа, що містить медіаінформацію».

З нашої точки зору, sms-повідомлення не слід вважати медіапродуктом, оскільки вони містять інформацію, що передається конкретному адресату і не призначена для широкої аудиторії, яка могла б її інтерпретувати. Таким чином, позиція авторів освітньої програми під редакцією Р. Шияна, яка не включає sms-повідомлення до категорії медіапродуктів, здається більш обґрунтованою.

Що ж до чинних підручників з літературного читання, то більшість з них обмежують роботу за змістовою лінією «Досліджуємо медіа» скануванням QR-кодів та ознайомленням з медіапродуктами без глибинного їх опрацювання. Учні аналізують лише зміст медіаінформації, що несе конкретний медіапродукт. Ще одна частина підручників взагалі не реалізує роботи з формування медіакомпетентності чи медіаграмотності, як це передбачає програма. Тож нами було виділено лише один підручник української мови та читання Г. Остапенко, в якому передбачено роботу з ознайомлення з більшою кількістю медіапродуктів, їх аналіз, порівняння, оцінку та створення власних зразків. Звісно, є й недоліки, оскільки не передбачено інструкцій для самостійного створення медіапродуктів, але порівняно з іншими, цей підручник наближений до вимог освітньої програми. Отже, обидві програми передбачають схожі процеси роботи з медіапродуктами, але по-різному визначають їх повноту для молодших школярів. Як уже зазначалося, на сьогоднішній день відсутні достатньо розроблені методичні матеріали, які б повною мірою сприяли формуванню медіаграмотності, і тому педагоги змушені опиратися на наявні підручники з української мови та читання.

Для того щоб зрозуміти реальний стан обізнаності сучасних педагогів щодо формування медіаграмотності та визначити засоби, які допомагають у цьому процесі, було проведено анкетування серед учителів Роменської загальноосвітньої школи I-III ступенів № 11.

Анкета містила питання, орієнтовані на з'ясування розуміння поняття «медіаграмотність» серед педагогів, а також на визначення рівня використання сучасних інформаційно-комунікаційних засобів у процесі навчання.

Відтак, обидві програми передбачають схожі процеси роботи з медіапродуктами, але по-різному визначають їх повноту для молодших школярів. Як уже зазначалося, на сьогоднішній день відсутні достатньо розроблені методичні матеріали, які б повною мірою сприяли формуванню медіаграмотності, і тому педагоги змушені опиратися на наявні підручники з української мови та читання.

Для того щоб зрозуміти реальний стан обізнаності сучасних педагогів щодо формування медіаграмотності та визначити засоби, які допомагають у цьому процесі, було проведено анкетування серед учителів Роменської загальноосвітньої школи I-III ступенів № 11. Анкета містила питання, орієнтовані на з'ясування розуміння поняття «медіаграмотність» серед педагогів, а також на визначення рівня використання сучасних інформаційно-комунікаційних засобів у процесі навчання.

Знайдений чат на британському сайті, де вчителі обмінюються досвідом щодо використання технологій у початковій школі, надає цікаву інформацію про різні підходи до застосування медіа та пристроїв у навчальному процесі. Наприклад, один учитель вказує, що в їхній школі є айпади, якими учні обмінюються та використовують на уроках. Однак він вважає недоцільним використовувати власні пристрої учнів, адже це несе велику відповідальність. В той же час, він підтримує ідею використання айпадів, закуплених школою. Інший вчитель зазначає, що у їхній школі планшети закупаються батьками, а учні використовують їх для

досліджень, створення презентацій та проектів. При цьому він відзначає, що ефективність використання технологій залежить від політики школи.

Вчитель з Нижнього Південного Уельсу пише, що в їхній школі учні використовують свої планшети та смартфони, що мають специфікації для навчальних потреб, включаючи всі необхідні програми для навчання (див. додаток Б). Така різноманітність підходів свідчить про відсутність єдиного стандарту щодо використання технологій у навчанні, а також про залежність цього процесу від фінансових можливостей школи та політики адміністрації.

У Україні ж, згідно з проведеним анкетуванням, більшість вчителів хоча б частково використовують медіа у навчанні, але це також залежить від матеріальних можливостей школи та загальної обізнаності вчителів щодо засобів формування медіаграмотності.

Відповіді на анкету учителів Роменської загальноосвітньої школи I-III ступенів № 11 показали, що більшість із них погоджуються з тим, що використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у навчанні може бути дуже ефективним, особливо для молодших школярів, які проявляють зацікавленість у таких методах. Проте основною проблемою залишається недостатня забезпеченість учнів необхідними девайсами, які можна використовувати в навчальних цілях.

Вчитель 1-го класу Л. Лактіонова зазначила, що не кожен учень має планшет або телефон, що може використовуватися для навчання. Однак, вона відзначила, що намагаються вирішити цю проблему різними способами, такими як створення груп для роботи, фронтальні заняття або виконання завдань вдома. Це дозволяє частково компенсувати обмеження, але водночас обмежує доступ до різноманітних програм та додатків, які могли б бути використані для розвитку медіаграмотності.

Отже, практика використання медіатехнологій у сучасних школах показує, що ці технології ще недостатньо відомі та застосовуються не систематично. В основному, вчителі частіше використовують

медіапродукти, які вже представлені в підручниках, але цього недостатньо для комплексного формування медіаграмотності учнів. Тому є потреба в проведенні більш детальної роботи, як на теоретичному рівні, так і на експериментальному, щоб забезпечити більш ефективне інтегрування медіатехнологій у навчальний процес і систематичне використання медіапродуктів для розвитку медіаграмотності учнів.

Висновки до розділу 1

Медіаграмотність особистості – це комплекс знань, умінь і навичок, які забезпечують здатність ефективно добирати, використовувати, оцінювати, аналізувати, інтерпретувати та створювати медіатексти в різних формах. Структура медіаграмотності включає компоненти, що визначають етапи роботи над її формуванням. У контексті молодших школярів важливо враховувати вікові та психологічні особливості учнів, що зумовлює адаптацію вправ і завдань, а також вибір медіапродуктів для їхнього розвитку.

Ефективність формування медіаграмотності залежить від ретельної реалізації психолого-педагогічних умов. Для молодших школярів необхідно застосовувати спеціально підібрані вправи та медіапродукти, що відповідають їхнім віковим характеристикам. Зокрема, психічні новоутворення учнів початкової школи мають безпосередній вплив на вибір методик та підходів у роботі з медіа.

Процес формування медіаграмотності має поетапний характер, що відповідає структурі медіакомпетентності. Мотиваційний етап спрямований на формування мотиваційного компонента, теоретичний етап — на розвиток інформаційно-пізнавального компонента, а практичний і творчий етапи зосереджені на розвитку діяльнісного компонента. Усі ці етапи утворюють цілісну систему роботи, спрямовану на підвищення ефективності формування медіаграмотності у молодших школярів.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ УЧНІВ НА УРОКАХ ЛІТЕРАТУРНОГО ЧИТАННЯ

2.1. Класифікація медіа та медіазасобів формування медіаграмотності у молодших школярів

Змістова лінія «Досліджуємо медіа» орієнтована на формування в учнів розуміння різних видів медіа, а також на розвиток навичок критичного сприйняття медіаінформації та безпечного користування медіазасобами. Важливою складовою є навчання учнів виражати себе через створення власних медіапродуктів.

Процес дослідження медіапродуктів складається з кількох етапів:

1. Прийняття рішення щодо вибору медіатексту – вибір медіа, що відповідає меті навчання або дослідження.
2. Сприймання і розуміння тексту – уміння сприймати та осмислювати інформацію, що міститься в медіатекстах.
3. Аналіз змісту та форми медіатексту – критичне оцінювання змісту, стилістичних і формальних аспектів медіапродукту.
4. Оцінювання інформаційного матеріалу – визначення надійності, об'єктивності і точності інформації.
5. Вибір позиції, заснованої на доказах – формулювання обґрунтованої думки на основі аналізу медіаінформації.
6. Визначення особистісного ставлення до медіатексту – оцінка медіа впливу та формулювання власної точки зору щодо даного медіатексту.

Серед медіапродуктів, які вивчаються в початковій школі, є афіші, дитячі журнали, книжки, комікси, комп'ютерні ігри, листівки, малюнки, мультфільми, реклама, стіннівки, фотографії, фотоколажі та SMS-повідомлення. Цей перелік дозволяє розглядати різноманітні формати медіа та допомагає учням отримати більш широке уявлення про медіапродукти в

сучасному світі.

Формування медіаграмотності дуже важлива для молодших школярів:

- свідоме споживання інформації – учні навчаються розрізняти факти від вигадок, розуміти, як інформація подається та з якою метою;
- критичне мислення – формується здатність аналізувати інформацію, ставити запитання та робити висновки;
- творчий підхід – учні вчаться створювати власні медіапродукти, розвиваючи свою уяву та креативність;
- безпека в інтернеті – молодші школярі розуміють, як безпечно поводитися в цифровому світі та захищати свої персональні дані.

Як реалізувати змістову лінію «Досліджуємо медіа» в 2 класі?

1. Ознайомлення з різними видами медіа:

- книги – читання казок, віршів, оповідань. Обговорення ілюстрацій, сюжету, персонажів;
- журнали – розглядання дитячих журналів, обговорення рубрик, статей, ігор;
- телебачення – перегляд мультфільмів, дитячих програм, обговорення сюжету, персонажів, музики;
- радіо – слухання дитячих радіопередач, пісень. Обговорення звуків, мови, музики;
- комп'ютер – знайомство з простими комп'ютерними іграми, освітніми програмами.

2. Розвиток навичок аналізу:

- порівняння – порівняння різних медіапродуктів за змістом, формою, мовою;
- класифікація – розподіл медіапродуктів за видами (книги, журнали, мультфільми тощо);
- виділення головного – визначення головної ідеї тексту, картинки, відео;

- пошук інформації – навчання знаходити потрібну інформацію в книгах, журналах, інтернеті (під наглядом дорослих).

3. Створення власних медіапродуктів:

- малювання – створення ілюстрацій до прочитаних текстів;
- ліплення – створення фігурок персонажів;
- Конструювання – створення моделей за описами;
- Звукозапис – запис власних казок, віршів, пісень.

4. Обговорення етичних аспектів:

- шанобливе ставлення до інших – обговорення того, як слова та зображення можуть образити інших людей;

- авторське право – пояснення, що кожна людина має право на свої твори і їх не можна копіювати без дозволу автора;

- безпека в інтернеті – роз'яснення, що не можна ділитися особистою інформацією з незнайомими людьми в інтернеті.

5. Інтерактивні вправи:

- Вікторини – питання про прочитані книги, переглянуті мультфільми;

- Рольові ігри – розігрування сцен з книг, мультфільмів;

- Проекти – створення спільних проєктів (газети, книжки, відео).

Завданнями змістової лінії «Досліджуємо медіа» в рамках мовної освіти є:

- ознайомлення з основами медіаграмотності;

- збагачення духовного світу учнів через естетичне сприймання медіапродуктів;

- розвиток уяви та творчого мислення учнів за допомогою медіатекстів;

- формування умінь опрацьовувати медіатексти.

Згідно з вимогами Типових програм початкової освіти в першому циклі навчання очікуються такі результати [19; 20]:

- сприймає прості медіапродукти;

- обговорює зміст і форму простих медіатекстів, розповідає, про
- що в них ідеться;
- визначає, кому і для чого призначений медіатекст;
- пояснює зміст вербальної та невербальної інформації в медіапродуктах;
- висловлює свої думки та враження від змісту й форми медіапродукту;
- створює прості медіапродукти (листівка, sms-повідомлення, фото, колаж, комікс тощо) з допомогою інших.

Розглянемо особливості роботи з конкретними медіатекстами, наведемо приклади фрагментів уроків навчання грамоти, розроблених до Букваря [6].

Малюнок є найпростішим видом медійної інформації. Роботу з цим медіапродуктом варто розпочинати з перших днів навчання дітей в школі. Попередньо варто провести бесіду:

Означені далі питання допомагають учням не тільки розвивати свої творчі здібності, але й навчають їх аналізувати, як різні люди можуть сприймати та зображати одні й ті ж об'єкти або явища по-різному. Ось як можна організувати дослідження малюнків та розглянути інформацію, яку вони можуть нести:

Перші питання щодо малювання:

– Чи любите ви малювати? Що? Чим? На чому? – це допомагає виявити інтерес учнів до малювання та визначити, які матеріали вони звикли використовувати для творчості.

– Що любляете більше: перемальовувати картинку чи придумувати сюжет самостійно? – це питання дає змогу зрозуміти, чи є в учнів схильність до творчого самовираження або вони більше орієнтуються на копіювання.

– Чи можете намалювати предмет (істоту, явище), якого ніколи не бачили? – це дозволяє перевірити уяву дітей і те, як вони здатні створювати образи, базуючись лише на знаннях та фантазії.

– Чи бачили ви коли-небудь інопланетянина чи Бабу-Ягу? Чи можете їх намалювати? Звідки маєте уявлення про їхній образ? – це питання стимулює думки про вплив медіа, книг, фільмів та культурних образів на уявлення дітей.

– Чому один і той же предмет (істоту, явище) різні люди малюють по-різному? – це допомагає зрозуміти, як індивідуальний досвід, культурні фактори та уявлення можуть змінювати сприйняття світу.

Дослідження інформації, яку може нести малюнок:

– Коли ви чуєте слово «кіт», які перші асоціації у вас виникають? – це питання сприяє розвитку мовленнєвих та асоціативних навичок дітей.

– Розгляньте малюнки кота (див. рис. 2.1). Їх малювали різні люди, у різні часи, різною технікою. Чи всі вони збігаються з тими асоціаціями, які викликало у вас це слово? – це питання навчає порівнювати та аналізувати різні зображення та розуміти, як художники можуть передавати різні аспекти одного і того ж об'єкта.

– Це завдання допомагає учням зрозуміти, як малюнки можуть бути джерелом різноманітної інформації та як вони можуть виражати особисті враження, культурні стереотипи або навіть символічні значення.



Рис. 2.1. Малюнки кота

- Спробуйте знайти малюнки, які відповідають певним характеристикам: злий, добрий, сміливий, дурний, вірний, підступний, голодний, мудрий, нещасний.

- Як автори малюнків змогли передати таку різну інформацію про одну й ту ж саму істоту?

- Які малюнки реальніше відображають істоту kota? Які фантазійніші?

Дослідження сюжетного малюнка здійснюється з такою орієнтовною схемою:

- опис (відтворення інформації);
- порівняння (з минулим малюнком, з предметом у класі/вдома, з собою, з уявленням);
- фантазії (пофантазуй або фантазії художника);
- здивування (або інші емоції);
- непомічене (Ніхто не помітив, що...);
- домалюй;
- текст/музика до малюнка;
- загадка;
- діалог;
- питання для роздумів;
- постав питання (тонкі/товсті);
- факт/судження [4].

Мультфільми дійсно є важливим інструментом у розвитку дітей, оскільки вони виконують низку виховних, пізнавальних і розвивальних функцій. Ось кілька ключових аспектів:

– виховна функція – мультфільми можуть виховувати у дітей моральні цінності, допомагати їм розуміти концепції добра і зла, справедливості та несправедливості. Наприклад, персонажі мультфільмів часто демонструють еталони хорошої та поганої поведінки, що може допомогти дітям зрозуміти, як діяти в складних життєвих ситуаціях;

– пізнавальна функція – через мультфільми діти знайомляться з навколишнім світом, природою, тваринами, культурними явищами та історією. Мультфільми можуть бути джерелом нових знань про природу, науку, техніку, традиції різних народів;

– формування соціальних норм і моделей поведінки – мультфільми часто показують важливість співпраці, дружби, чесності та допомоги іншим. Вони формують уявлення про те, як слід вести себе в суспільстві, і допомагають дитині освоювати соціальні ролі, такі як батьків, учителів, друзів;

– гендерні ролі – багато мультфільмів також демонструють гендерні стереотипи та ролі, що може впливати на формування у дітей уявлень про те, якими повинні бути хлопчики й дівчатка в суспільстві. Сучасні мультфільми все більше намагаються порушувати традиційні стереотипи, показуючи героїв різних статей, які можуть виконувати будь-які ролі та мати різні здібності;

– розвиток мовлення – мультфільми сприяють розвитку мовлення та комунікативних навичок у дітей. Через героїв, які спілкуються між собою, діти вчаться новим словам, виразам, мовним конструкціям. Багато мультфільмів включають пісні, рими, діалоги, що допомагає покращити навички слухання та вимови;

– емоційний розвиток – мультфільми також допомагають дітям краще розуміти свої емоції і емоції інших. Вони можуть навчити співчуттю, радості, смутку, страху та іншим емоціям, даючи дітям змогу переживати різні ситуації разом з героями;

Таким чином, мультфільми є потужним засобом не лише для розваги, але й для виховання та розвитку дітей, допомагаючи їм розвивати важливі навички, формувати моральні цінності та будувати здорові соціальні відносини.

Дослідження мультфільму, за словами І. Іванової, також відбувається за певним алгоритмом [4]. Для цього вчитель пропонує ряд питань:

- Як називається мультфільм?
- Про кого він? Хто головні герої?
- Чого вони хочуть?
- Як цього досягли?
- Чи одразу вдалося? Чому?
- Який характер у нашого героя?
- Яка музика мультфільму?

Для ефективного використання мультфільмів, на думку Л. Крутій, слід дотримуватися таких медіадидактичних положень:

- фрагмент із мультфільму повинен мати певну виховну й естетичну цінність;
- основою фрагмента, призначеного для розвитку мовлення, має бути комунікативна ситуація;
- фрагмент треба брати з уже відомого дітям мультфільму, перегляд якого відбувався під час вільної діяльності;
- сюжет фрагмента має відповідати віковим особливостям [13].

Під час вступної бесіди уточнюється, що мультиплікація – це вид кіномистецтва, твори якого створюються шляхом знімання послідовних фаз руху об'єктів. Мультфільми бувають графічними (мальованими) та об'ємними (ляльковими, пластиліновими, сипучими, предметними).

Наприклад, на уроці добуварного періоду на тему «Спорт у нашому житті. Хокей. Поділ слова на склади» [6] пропонуємо переглянути учням уривок з мультфільму «Шайбу! Шайбу!» про хокейний матч дитячих команд.

Перед переглядом діти розподіляються на групи для спостереження за різними аспектами мультфільму:

Перша група спостерігає за грою синьої команди.

Друга група – за грою червоної команди.

Третя група фокусується на ролі рудого хлопчика у грі.

Четверта група спостерігає за поведінкою вболівальників.

Після перегляду учні обговорюють те, що вони побачили. Важливою особливістю є те, що в мультфільмі протягом всього епізоду немає мовлення. Історія розповідається лише через зображення рухів та міміки персонажів, а також музичний супровід, який передає емоційний настрій хокеїстів та вболівальників.

Комікси. Освітнє значення коміксів полягає в тому, що вони є унікальним способом розповісти історію образно, просто й емоційно. Комікси дають можливість донести важливі ідеї, не перевантажуючи маленького читача великими обсягами тексту. Любов до коміксів згодом трансформується в любов до книжок загалом, бо дитина звикає до процесу читання.

Отже, головне завдання вчителя – навчити дітей розуміти та розповідати історію і візуально, і у формі діалогу.

Комікси – карикатури для ілюстрації з розважальними, цікавими і простими історіями.

Можна запропонувати таку роботу над коміксом:

1) Сьогодні ми пригадали казку «Лисичка і Журавель» і переглянули мультфільм. Тепер пропонуємо вам створити комікс за сюжетом цієї казки.

2) Згадайте, що таке комікс? (Це серія малюнків з короткими текстами, які формують зв'язну розповідь, тобто історія у малюнках).

3) Що поєднується в коміксі? (Картинка і текст).

4) Згадайте, як записуються в коміксах тексти, що передають мову або думки персонажів? (Вони записуються у вигляді «мовних хмарок» або «бульбашок», які виходять з вуст персонажів).

5) Створювати комікс ми будемо в групах. Кожна група отримає малюнки з казки і працюватиме за таким планом:

6) з'ясувати, до якого фрагменту казки відноситься перший малюнок (див. рис. 2.2);

7) підібрати відповідні репліки героїв і форми бульбашок;

8) написати репліки в бульбашки і приклеїти їх до малюнка;

9) придумати нову кінцівку для нашого коміксу;

10) написати репліки головних героїв і приклеїти їх до другого малюнка (див. рис. 2.2).



Рис. 2.2. Фрагмент казки «Лисичка і Журавель»

Я запрошую по одному представнику з кожної групи створити комікс. Ми даємо їм час обговорити порядок розташування кожного фрагмента мультфільму і створити готовий продукт. Всі малюнки з кінцівками коміксів знаходяться внизу листа з коміксами.

- Вам було цікаво створювати мультфільми?
- Вам було важко створити цей медіапродукт? Який саме? Чому?
(презентація робіт представників групи, що створила комікс)
- Як передається інформація в коміксах? (лінії, вирази облич, сюжет картинки)
- На ваш погляд, нам вдалося передати основну ідею роботи?
- У кожної групи було схоже продовження / кінцівка? Чому?
- Для кого призначений наш мультфільм? Кому ви можете його подарувати? (своїй родині, друзям і т. д.)
- А як зробити так, щоб якомога більше людей дивилися наші Мультфільми? (розміщуйте це в журналах, книгах, шкільних газетах і т. д.).

Наприклад, під час проведення уроку добукварного періоду на тему «Україна – рідний край. Державні та народні символи України. Українська мова» [10] дітям пропонується розглянути комікс із журналу «Джміль».



Рис. 2.3. Комікс «Справжній українець»

У процесі розглядання й обговорення учні усвідомлюють, що комікс – це послідовність малюнків із короткими текстами, які створюють певну зв’язну розповідь. Тексти в коміксах, зазвичай, мають специфічну форму «мовної бульки» («мовної хмарки», «мовного димку»), яка передає мову чи думку персонажа. З урахуванням поступового усвідомлення ілюстративно-словесної інформації учнями 2 класу доцільно опрацьовувати готові комікси в такій послідовності:

- 1) розглядання й обговорення змісту серії сюжетних малюнків;
- 2) складання за малюнками зв’язної розповіді;
- 3) читання тексту на спеціальних «мовних хмаринках»;
- 4) об’єднання візуальної та словесної інформації.

Цікавим для першокласників є завдання на доповнення серії сюжетних малюнків «мовними хмарками» зі словами або думками персонажів. Наприклад, під час проведення уроку букварного періоду на тему «Апостроф як додатковий символ на позначення звука [й]» можна запропонувати дітям спочатку розглянути серію малюнків, скласти за нею зв’язну розповідь, а потім дописати на окремих «мовних хмаринках» слова мишки й kota та наклеїти їх на відповідні малюнки коміксу.

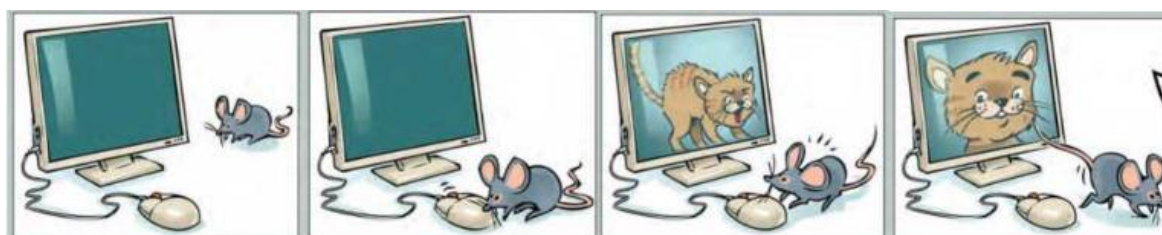


Рис. 2.4. Комікс «Комп’ютерна мишка»

- Який вигляд у звірка на першому малюнку? (Здивований.) Що може запитати мишка? (Що це?) Напишіть ці слова на «мовній хмарці», наклейте біля мишки на першому малюнку. Аналогічно опрацьовуються інші зображення, додаються до них «мовні хмарки» з написами «Невже це мишка? Ш-ш-ш! Ой! Ха-ха-ха!».

Фотографію як різновид медіатексту можна розглядати як картину, але з тією особливістю, що її можна багаторазово аналізувати, звертаючи увагу на різні деталі та зміст. Водночас, вона відрізняється від картини своєю «документальністю». Незалежно від того, наскільки художньою є фотографія, вона завжди ближча до реальності, ніж картина.

У початковій школі учні знайомляться з основними поняттями, такими як «візуальні ЗМІ», «фотографія», «фотоальбом», «фотоколаж», «мистецтво», «композиція». Вони порівнюють особисті, сімейні та суспільні фотографії, характеризують основні засоби виразності у фотомистецтві і здобувають первинні навички аналізу медіатексту.

Дослідження фотографій відбувається за такою схемою:

- Що/кого фотографував фотограф?
- Що вдалося/не вдалося?
- Що відбувається?
- Це постановочне фото?
- Які деталі про це говорять?
- Що псує це фото?
- Що робить фото привабливим?
- Що б ви змінили?
- Хто фотограф? Чому він там?
- Напиши оповідання за фотографією.
- Відгадай, про що говорять люди на фото та інсценуй діалог (РЗМ

Складання діалогів «У бібліотеці», «У магазині»).

- Зроби фотоілюстрації до книги (учні йдуть до бібліотеки й фотографують книги різних видань).

Фотографію як різновид медіатексту можна розглядати як картину, але з тією особливістю, що її можна багаторазово аналізувати, звертаючи увагу на різні деталі та зміст. Водночас, вона відрізняється від картини своєю «документальністю». Незалежно від того, наскільки художньою є фотографія, вона завжди ближча до реальності, ніж картина.

У початковій школі учні знайомляться з основними поняттями, такими як «візуальні ЗМІ», «фотографія», «фотоальбом», «фотоколаж», «мистецтво», «композиція». Вони порівнюють особисті, сімейні та суспільні фотографії, характеризують основні засоби виразності у фотомистецтві і здобувають первинні навички аналізу медіатексту.

Орієнтовні завдання для творчої роботи учнів:

- Створіть фотоколаж на запропоновану тему.
- Придумайте назву фотоколажу.
- Створіть фотоколаж, який би розкривав тему та ідею твору.

Таким чином, медіаосвіта забезпечує різнобічну підготовку учнів до життя в інформаційному суспільстві. Більшу частину поведінкових моделей діти формують через медіапродукти, які їм подобаються: реклама, музичні кліпи, комікси, мультфільми тощо. Важливо навчати дітей, використовуючи конкретні та доступні медіатексти, співвідносити реальний світ з медійним, аналізувати, інтерпретувати, критично оцінювати та використовувати інформацію. Також важливо навчати їх створювати власні прості медіапродукти, що сприяє розвитку медіаграмотності та творчих навичок.

У першому класі така робота тільки розпочинається. Основними навчальними прийомами при цьому є розповідь учителя і бесіда, практичні спостереження. Через систему практико орієнтованих завдань діти навчаються виділяти в медіатекстах головне й другорядне, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки, подавати опрацьовану інформацію у вигляді малюнка, піктограми або схеми.

2.2. Методика формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання

Науковці, зокрема Ю. Фролов та Д. Махотін, вивчали етапи формування медіаграмотності та визначили два основні етапи:

Теоретичний етап — передбачає ознайомлення з основними поняттями в сфері медіа. На цьому етапі учні або слухачі знайомляться з базовими термінами та концепціями, такими як «медіа», «медіатекст», «медіакультура» тощо.

Практичний етап — передбачає оволодіння процесами аналізу, оброблення та використання медіаінформації. Це етап, на якому здобуваються практичні навички роботи з медіа: аналіз контенту, критичне сприйняття медіа, створення власних медіапродуктів тощо.

Ці етапи допомагають формувати вміння критично оцінювати медіа і ефективно взаємодіяти з інформацією в сучасному інформаційному середовищі [23].

Не можемо погодитися з підходом Ю. Фролова та Д. Махотіна, оскільки їхні етапи не охоплюють усі процеси, пов'язані з роботою над медіапродуктами та медіаінформацією, і не розкривають повною мірою поняття медіаграмотності. Крім того, науковці орієнтувались на формування медіаграмотності серед студентів закладів вищої освіти, в той час як для початкової школи таких розробок ще не існує. Формування медіакомпетентності у молодших школярів – це складний, поступовий та взаємопов'язаний процес, який вимагає декількох етапів. Ураховуючи мету, зміст та компоненти медіаграмотності, ми визначили основні етапи її розвитку. (див. табл. 2.1).

Етапи формування медіаграмотності молодших школярів

№ п/п	Етапи	Характеристика
I	Мотиваційний	формування стійких мотивів до роботи з медіапродуктами через демонстрацію таких, які відповідають інтересам молодших школярів
II	Теоретичний	засвоєння теоретичних знань у галузі медіа, розвиток пізнавальних процесів, ознайомлення з жанровими особливостями медіапродуктів та формування емоційно-ціннісних ставлень до них. ставлень до них
III	Практичний	розвиток вмінь у сфері медіа, накопичення досвіду використання медіа в різних сферах діяльності, а також удосконалення навичок створення різних медіапродуктів і жанрів
IV	Творчий	набуття особистого досвіду у створенні власних медіапродуктів на основі практичних умінь і творчих навичок

Як було зазначено раніше, основними компонентами медіаграмотності молодшого школяра є мотиваційний, інформаційно-пізнавальний та діяльнісний компоненти.

Кожен з етапів формування медіаграмотності відповідає за становлення відповідного компонента медіакомпетентності. Мотиваційний етап сприяє формуванню мотиваційного компонента медіаграмотності, теоретичний етап передбачає роботу над розвитком інформаційно-пізнавального компонента, а формування діяльнісного компонента забезпечують два етапи: практичний та творчий. Така поетапність роботи

сприяє всебічному формуванню всіх компонентів медіаграмотності.

Наступним важливим аспектом є впровадження спеціальних вправ і завдань для формування медіаграмотності на уроках літературного читання. Було розглянуто класифікації вправ та розроблено власні методи для активного формування медіаграмотності під час таких уроків.

Розпочнемо з аналізу основних наявних класифікацій вправ. Цим питанням займалися вітчизняні дидакти та лінгводидакти. Зокрема, М. Вашуленко розробив класифікацію вправ за різними критеріями:

1) за формою виконання: усні, письмові, комбіновані;

2) за ступенем самостійності виконання:

- репродуктивні (які передбачають розгляд зразка і відтворення його);

- конструктивні (вправи на відтворення з елементами творчості);

- продуктивні або творчі (які забезпечують розвиток творчого потенціалу, передбачають створення власного);

3) за характером розумових операцій: аналітичні, синтетичні, вправи на порівняння [2].

В. Онищук розглядає класифікацію вправ, доповнюючи її ще одним важливим критерієм – за дидактичною метою, ступенем самостійності та творчості. Згідно з цією класифікацією, вправи поділяються на такі типи:

– підготовчі вправи – мета яких полягає в актуалізації необхідних знань для кращого сприймання нового матеріалу.

– вступні вправи – спрямовані на осмислення понять після ознайомлення з новим матеріалом.

– тренувальні вправи – використовуються для відпрацювання отриманих знань і їх закріплення.

– завершальні вправи – включають різні види проблемних завдань, що допомагають узагальнити та систематизувати вивчений матеріал.

– творчі вправи – пов'язані з використанням творчої уяви та інтелектуальних здібностей учнів.

– контрольні вправи – призначені для перевірки засвоєних знань та

оцінки рівня навчальних досягнень учнів.

Означені класифікації вправ охоплюють різні види завдань за різними напрямками, однак, на нашу думку, завдання з української мови для формування медіаграмотності потребують окремого підходу і мають свою специфіку. Тому, враховуючи проаналізовані класифікації та сутність поняття «медіаграмотність», нами була розроблена спеціальна класифікація вправ, яка спрямована на формування медіаграмотності учнів на уроках української мови. Ця класифікація враховує особливості роботи з медіатекстами та забезпечує ефективний розвиток навичок критичного мислення, аналізу та створення медіапродуктів.

Ми розглянули основні процеси роботи з медіапродуктами та медіаінформацією, зокрема: відбір і добір, аналіз, інтерпретацію, критичну оцінку, створення та передавання медіатекстів. Виходячи з цих процесів, ми визначили такі вправи для формування медіаграмотності:

- Вправи на відбір медіапродукту (наприклад, із запропонованих світлин вибрати ту, що відповідає тексту).
- Вправи на інтерпретацію (наприклад, розкажіть, як ви розумієте інформацію, і поясніть, як її могли б зрозуміти ваші товариші, мама або вчитель).
- Вправи на критичну оцінку (наприклад, намалюйте рівень води в склянці, що показує рівень небезпеки чи безпеки медіаінформації).
- Вправи на добір медіапродукту (наприклад, виберіть медіапродукт, що допоможе вам вивчити українську народну пісню «Ходить Гарбуз по городу»).
- Вправи на аналіз (наприклад, дайте відповідь на запитання, що стосуються змісту медіапродукту).
- Вправи на передачу медіатексту (наприклад, поділіться своїм аудіозаписом з однокласниками через спільний чат).
- Вправи на створення (наприклад, створіть аудіозапис вражень від прочитаної книги).

Застосування цих вправ у цілісній системі дозволить сформувати повноцінну медіаграмотність у молодших школярів.

Також важливим аспектом є взаємодія учнів з різними видами медіапродуктів, що можна використовувати як критерій для класифікації вправ на уроках української мови для формування медіакомпетентності. В залежності від виду медіапродукту, вправи можна класифікувати таким чином:

- Вправи на опрацювання візуальних медіапродуктів (світлина, фотоколажі, комікси, афіші, оголошення, реклама тощо).
- Вправи на опрацювання аудіовізуальних медіапродуктів (відео, кліпи, мультфільми тощо).
- Вправи на опрацювання аудіальних медіапродуктів (пісні, аудіоповідомлення, аудіозаписи).

Ця класифікація дозволяє організувати роботу з різноманітними медіапродуктами, що сприяє всебічному розвитку медіаграмотності учнів.

При виконанні таких вправ учнями початкової школи забезпечується не тільки здобуття знань, а й формування вмінь та навичок роботи з різними медіапродуктами. Це допоможе їм краще орієнтуватися в сфері медіа, що, в свою чергу, сприятиме становленню медіакомпетентності з урахуванням змісту рідномовної освіти.

Основою для останнього критерію є структура медіаграмотності, тобто три її основні компоненти. Таким чином, можна виділити такі види вправ, розподілені за компонентами медіаграмотності:

1. Мотиваційні вправи – спрямовані на формування стійких мотивів до роботи з медіапродуктами.
2. Інформаційно-пізнавальні вправи – спрямовані на засвоєння основних понять у галузі медіа та формування вмінь відбору, добору, аналізу, інтерпретації та оцінки медіаінформації.
3. Діяльнісні вправи – спрямовані на формування вмінь і навичок використання медіаінформації та засвоєння основних прийомів створення

медіапродуктів.

Така класифікація вправ дозволить забезпечити всебічне формування трьох основних компонентів медіаграмотності у молодших школярів: мотиваційного, інформаційно-пізнавального та діяльнісного. Це, у свою чергу, допоможе забезпечити їх комплексну підготовку до роботи з медіа та розвитку медіакомпетентності.

Такі вправи можуть використовуватися на уроках української мови та сприяти підвищенню рівня сформованості медіаграмотності. Ми виділили основні *етапи роботи над формуванням медіаграмотності*: мотиваційний, теоретичний, практичний, творчий.

Оскільки основою будь-якої діяльності молодших школярів є мотивація, перший етап спрямований на формування стійких мотивів для роботи з різноманітними медіапродуктами, що є основою для розвитку мотиваційного компонента медіаграмотності. Реалізація цього етапу забезпечує успішність подальшої роботи з формування медіаграмотності. Для цього використовуються мультфільми, комікси, комп'ютерні ігри, аудіозаписи, що відповідають віковим та індивідуальним особливостям молодших школярів. Вибір таких медіапродуктів враховує інтереси дітей, що робить процес навчання захопливим і результативним.

На мотиваційному етапі доцільно використовувати технічні засоби та програми, як комп'ютер, екран, навушники, смартфони або планшети, вайбер тощо, що дозволяє інтегрувати різні медіаплатформи в навчальний процес.

Після цього можна переходити до теоретичного етапу, метою якого є ознайомлення з основними поняттями медіа, вивчення жанрової різноманітності медіапродуктів, а також набуття знань щодо аналізу, інтерпретації медіаінформації та формування емоційно-ціннісних ставлень до неї. Таким чином, на теоретичному етапі формується інформаційно-пізнавальний компонент медіаграмотності учнів. Вони знайомляться з такими медіапродуктами, як малюнки, афіші, світлини, комікси, відео, аудіо

тощо. Розвиток емоційно-вольової сфери учнів забезпечує формування емоційно-ціннісних ставлень, що є основою для критичної оцінки медіапродуктів, а також для розвитку власного смаку та уподобань у сфері медіа.

Таким чином, реалізація завдань кожного етапу сприятиме досягненню високого рівня сформованості трьох основних компонентів медіакомпетентності: мотиваційного, інформаційно-пізнавального та діяльнісного.

Починаючи з другого класу, діти знайомляться з такими видами ділового мовлення: замітка до стінгазети, оголошення, запрошення, привітання.

Структура уроку на ознайомлення учнів з різними видами ділового мовлення включає в себе такі етапи:

1. Бесіда про призначення ділового папера, про потребу в житті уміти його писати.
2. Демонстрування оформлення зразка, аналіз його змісту й структурних частин.
3. Визначення теми написання виду ділового мовлення, обговорення дібраного матеріалу, його будови та складання плану.
4. Колективне складання подібного ділового папера.
5. Усні розповіді дітей самостійно складеного зразка.
6. Виправлення мовних огріхів, попередження орфографічних помилок.
7. Самостійне написання учнями певного виду ділового паперу.
8. Усне зачитування робіт, їх аналіз.

Особливу увагу варто звернути на етап аналізу змісту та структурних компонентів, оскільки кожен з них має свої особливості. Не менш важливим є естетичне оформлення створеного продукту.

Робота із заміткою до стінгазети передбачає такі етапи:

1. Підготовча робота: екскурсія до редакції, бесіда з кореспондентом, бесіда про значення газет, які учні знають і читають газети, які передплачують.

2. Після цього учні розглядають зразки газет, відшуковують замітки, зачитують, розповідають про що ця замітка. Приходять до висновку, що замітка – це невелике оповідання, присвячене якомусь конкретному факту.

Від звичайного твору цей текст відрізняється стислістю та влучністю мови, в ньому виразно ставиться конкретна проблема, часто супроводжувана закликами, звертаннями до читача або порадами. Тематику заміток можуть бути різноманітні події в класному шкільному й домашньому житті.

Є замітки-інформації. Їх призначення – повідомити про якусь подію, яка щойно відбулася у класі, школі, місті, області. Мета її – не стільки агітувати, скільки інформувати про факт, донести до відома всіх читачів. Інформаційні замітки короткі 3-5 розповідних речень написаних у діловому стилі. Крім інформаційних є замітки про певні факти. Різниця в тому, що факт, про який розповідається в замітці, більш рідкісний і тому представляє інтерес лише в даний момент. Завдання автора – вибрати такий факт, щоб він зробив на читачів відповідний вплив.

Замітка про факт ширша, більша, ніж інформація і друкується із своїм заголовком. Можуть вживатися образні слова і вправи. Заголовок повинен бути влучним, у ньому має бути основна думка.

Послідовність роботи над заміткою:

1. Читаємо замітку.

- На яку тему написана ця замітка?

- Що відбулося? Де? Коли?

- У чому новизна цього факту?

- Як побудована замітка?

- Про що сказано спочатку? Чим завершується замітка?

- Які спеціальні слова і словосполучення вжито для цієї замітки?

- Чи вдало підібраний заголовок?
- Чи виражена в ньому основна думка?
- З яких частин складається замітка?

2. Визначення складових частин замітки:

1. Заголовок.
2. Виклад справи.
3. Висновок.
4. Підпис.

Далі можна використати пам'ятку для учнів «Як написати замітку до шкільної газети».

Пам'ятка

– Добери до замітки тему – визначте головну ідею замітки. Тема повинна бути актуальною та цікавою для вашої аудиторії. Наприклад, це може бути подія, новина, порада чи факт, який заслуговує на увагу.

– Добери цікаві факти, перевір їх – зберіть інформацію по темі. Перевірте джерела, щоб факти були точними та достовірними. Важливо не просто зібрати факти, а й зрозуміти, чому вони важливі для теми.

– Продумай послідовність викладу матеріалу (план) – складайте структуру замітки. Це може бути вступ, основна частина і висновок. Визначте, який факт чи думка йтиме після іншої, щоб читачу було легко слідкувати за матеріалом.

– Пиши грамотно, чисто, дотримуючись абзаців – пишіть зрозуміло та чітко. Розбивайте текст на абзаци, щоб він був зручний для читання. Уникайте надмірно складних чи довгих речень.

– Уважно прочитай написане, виправ помилку, постав дату і підпиши – після написання обов'язково перечитайте свою замітку, виправте всі помилки. Додайте дату і підпис, якщо це потрібно, щоб завершити роботу.

Оголошення – це короткі текстові повідомлення, які містять різноманітну за призначенням інформацію. Будь-яке оголошення

складається з короткого повідомлення (пропозиція, інша інформація) та контактної інформації.

Фрагмент уроку ознайомлення з оголошенням

Бесіда «Оголошення навколо нас»

Педагог читає вголос написане на дошці слово «оголошення», виділяє наголос, ділить на склади, підкреслює орфограми.

Запитання до дітей:

- Чи відомо вам, що таке оголошення?
- Де ви могли їх зустрічати?
- Чи є в нашій школі дошка оголошень? Чи читаєте повідомлення на ній? Про що було останнє повідомлення, яке ви запам'ятали?
- Оголошення можуть бути лише у друкованому вигляді?
- Що треба зробити, аби оголошення привертало увагу людей?
- Чи створювали ви власні оголошення?

Додаткові завдання

1. Учитель може показати дітям зразки оголошень, вирізаних з газет, об'яви, які можуть висіти біля під'їзду, дати послухати оголошення.

2. Педагог роздає дітям сторінки газети з об'явами.

Учні вибирають оголошення, які привернули їхню увагу, розповідають, чим саме.

3. Бесіда «Які оголошення нам потрібні?»

Запитання до дітей :

- Чи читають друковані оголошення у твоїй сім'ї?
- Які оголошення ви розміщували б у газетах та медіа? Навіщо?
- Яка тематика оголошень вам цікава?

4. Вправа «Шукаємо синоніми» Діти добирають синоніми до слова «оголошення» та записують у зошит. (Оповідання, оповістка, об'ява).

5. Вправа «Креативні підписи» (робота в групі) Учитель роздруковує групові фото класу з екскурсій або свят, прикріплює на дошку або роздає групам. Діти придумують і записують чотири влучні підписи до фото.

6. Вправа «Юний редактор». Діти знаходять помилки в тексті написаного оголошення.

Запрошення та привітання – це важливі елементи комунікації, що виражають увагу та повагу до іншої людини. Вони не лише служать формальним способом взаємодії, а й є показником приязного ставлення та готовності підтримувати добрі стосунки. Запрошення дарує можливість для зустрічі, спілкування чи участі в чомусь важливому, а привітання допомагає встановити позитивну атмосферу та підкреслити важливість моменту для обох сторін. Обидва ці елементи сприяють розвитку взаємної поваги та гармонії в стосунках.

Інформування дітей про особливості привітання є важливим етапом у навчанні комунікації та розвитку соціальних навичок. Важливо пояснити, що привітання може мати різні форми: усне, особисте, через телефон, письмово (наприклад, на листівці) або за допомогою сучасних технологій, таких як смс або Інтернет. Вітання в електронному вигляді не менш важливі, адже вони дозволяють висловити свої почуття навіть на відстані.

Особливості побудови привітання: звертання – це форма ввічливості, яка відображає, до кого ви звертаєтесь; привітання – саме основне побажання або вираз радості з приводу свята чи події; побажання – коротке, але змістовне побажання здоров'я, удачі, радості тощо; дата – вказується для фіксації часу, коли це привітання було надіслано; підпис – ваше ім'я, яке завершує привітання та дає йому особистий характер.

Таким чином, через прості й доступні форми привітання діти зможуть виразити свою увагу до близьких і підтримати теплі стосунки.

Ознайомлення з структурою запрошення.

Коли ми хочемо запросити друзів на святкування чи важливу подію, ми можемо надіслати їм письмове запрошення. Це короткий текст, який має певну структуру: звертання, запрошення, опис події, час і місце проведення, підпис.

Коли ми пишемо привітання?

Коли ми пишемо запрошення?

Вітальні листівки можна придбати в магазині, на пошті чи в кіосках.

Усно складіть запрошення для ваших батьків на свято, яке відбудеться в нашій школі.

Як можна надіслати привітання чи запрошення? Що потрібно знати для цього? (Адресу того, кому надсилаєте письмове послання).

Адреса — це позначення місця проживання особи, до якої звертається привітання чи запрошення. Адресант — це особа, яка пише лист, запрошення або привітання. Адресат — це особа, до якої адресовано послання.

Запишіть каліграфічно слова: запрошення, привітання, адреса, адресат, адресант, шановна, шановний, відбудеться, день народження, приміщення.

Для привітання можна використовувати такі слова і словосполучення: щиро, сердечно, від усього серця, від усієї душі, з великою повагою.

Якщо листівка призначена для рідних і близьких, наприклад, для мами, тата, бабусі, дідуся, сестри чи брата, можна використати слова: дорогий (дорога), рідненький (рідна), любий (люба), дорогесенький (дорогесенька).

Якщо привітання адресоване чужим людям, таким як учитель, знайомі або сусіди, слід використовувати такі вирази: шановний(а), поважний(а), вельмишановний(а).

Використання цифрових інструментів у навчанні медіаграмотності робить процес навчання цікавішим, інтерактивнішим та ефективнішим.

Змістова лінія «Досліджуємо медіа» спрямована на ознайомлення школярів з основами медіаграмотності. Учні формують розуміння межі між реальним світом і світом масмедіа, вчать інтерпретувати, аналізувати та оцінювати медіатексти, фільми, мультфільми, рекламу, фотографії та створювати прості медіапродукти.

Ця змістова лінія є інструментом для активного та критичного освоєння комунікативного медіасередовища.

При вивченні медіапродуктів важливо, щоб діти не лише вивчали теорію, а й на практиці аналізували медіа, вчилися розпізнавати авторів, визначати мету створення контенту та оцінювати свої враження.

Для аналізу медіапродуктів вчитель може використовувати набір запитань:

1. Що це за медіаповідомлення?
2. Яка його мета?
3. Як воно привертає увагу?
4. Якими органами чуття я сприймаю це медіа?
5. Як медіаповідомлення впливає на мене?
6. Що я думаю і відчуваю, коли переглядаю медіаповідомлення?
7. Що можуть думати й відчувати інші?
8. Чи вірять інші цьому медіаповідомленню? Чому?
9. Яку інформацію я отримую? У чому мене хочуть переконати?
10. Чи можу я довіряти цьому медіаповідомленню? Чому?

Учні відповідають на ці запитання та опановують п'ять основних ідей, викладених у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

П'ять основних ідей

Ключові слова	5 ключових питань	5 ключових ідей	5 запитань для створення
1. Автор	Хто створив повідомлення?	Усі медіа повідомлення створюються кимось і з певною метою.	Який медіапродукт я можу створити в якості автора.

2. Формат	Як медіа привертає увагу?	медіародукт створюється особливою мовою за своєрідними правилами.	Повідомлення відповідає формату медіа: привертає увагу, використовує засоби медіа.
3. Аудиторія	Як люди можуть по-різному сприймати однакові медіапродукти?	Різні люди мають модливість по-різному сприймати однакові медіа.	Моє повідомлення спрямоване для певної групи людей.
4. Зміст	Як вплине повідомлення на твоє життя або інших? Чию точку зору воно містить?	Медіа має значення для людей та відображає чиєсь бачення.	Моє повідомлення анонсує важливі ідеї для мене та інших.
5. Мета	З якою метою створено це повідомлення?	Повідомлення створюються щоб інформувати або розважати.	Чи ефективно повідомлення для досягнення моєї мети?

На основі цих уявлень молодші школярі можуть пробувати обмірковувати, планувати та створювати простий медіапродукт. Ця таблиця дозволить спланувати системну роботу з медіапродуктами.

Використання медіапродуктів на уроках літературного читання – це сучасний і ефективний підхід, який дозволяє зробити навчання цікавішим та результативнішим. Залучаючи різноманітні медіа, ми не лише розвиваємо мовні навички учнів, а й формуємо їхню медіаграмотність, критичне мислення та творчі здібності.

Чому медіапродукти корисні на уроках літературного читання?

- Мотивація – яскраві картинки, цікаві сюжети, різноманітні звукові ефекти привертають увагу дітей та підвищують їхню зацікавленість до навчання.
- Розвиток мовлення – аналізуючи зміст медіатекстів, діти збагачують свій словниковий запас, вчаться будувати висловлювання, виражати свої думки.
- Розуміння мовних особливостей – за допомогою медіа можна продемонструвати різноманітні стилі мовлення, діалекти, особливості мови різних персонажів.
- Формування читацьких навичок – аналіз літературних творів у різних форматах (книги, аудіокниги, відеозаписи) сприяє розвитку читацьких навичок.
- Розвиток творчості – створення власних медіапродуктів (комікси, відео, презентації) стимулює уяву та творчі здібності учнів.

На уроках літературного читання можна використовувати такі медіапродукти: книги (художні твори, науково-популярні книги, енциклопедії), журнали (дитячі журнали з різноманітною тематикою), мультфільми (анімаційні фільми, мультсеріали), аудіокниги (літературні твори, записані професійними акторами), відео (фільми, документальні програми, відеозаписи театральних вистав), інтернет-ресурси (освітні сайти, блоги, соціальні мережі).

Приклади завдань для роботи з медіапродуктами: аналіз казки (обговорення сюжету, персонажів, моралі, порівняння різних ілюстрацій до однієї казки), створення коміксу (переказування улюбленого уривка з твору у формі коміксу), запис аудіокниги (читання уривка з твору вголос, з дотриманням інтонації та вимови), створення відеооповідання (зйомка короткого відео за мотивами прочитаного твору), створення презентації (представлення інформації про українського письменника або поета).

Форми роботи з медіапродуктами: індивідуальна робота (виконання завдань самостійно), робота в парах (спільне обговорення прочитаного,

створення спільних проєктів), робота в групах (розподіл ролей, підготовка презентацій, виступів), проєктна діяльність (довготривалі проєкти, що передбачають пошук інформації, аналіз, узагальнення та презентацію результатів).

Важливі аспекти роботи з медіапродуктами [77]:

- безпека – контроль за доступом дітей до інформації в інтернеті;
- поступовість – складність завдань має відповідати віковим особливостям учнів;
- різноманітність – використання різних видів медіа та форм роботи;
- зворотний зв'язок – оцінювання та коментування робіт учнів.

Робота з медіапродуктами на уроках літературного читання – це важливий інструмент для розвитку мовлення, мислення та творчості учнів. Вона сприяє формуванню всебічно розвиненої особистості, готової до життя в сучасному інформаційному суспільстві.

Учні, відповідаючи на запитання, обговорюють ключові ідеї, а пізніше запитання для створення медіапродукту. На уроках учні можуть порівнювати, обговорювати, переглядати та аналізувати різні медіа, опираючись на власний досвід і за підтримки вчителя.

Учні вчаться не тільки аналізувати прості медіапродукти під керівництвом вчителя, але й створювати власні. Коли діти розробляють свої медіапродукти, вони також повинні відповідати на ті ж запитання, але вже з позиції авторів, розглядаючи свої творіння з точки зору мети, аудиторії та впливу.

Можна використати таблицю «П'ять ключових запитань»:

1. Хто створив повідомлення?
2. Як медіа привертає мою увагу?
3. Як люди можуть по-різному сприймати однакоє медіа?
4. Як вплине це медіаповідомлення на моє життя або життя інше людей? Чию точку зору воно містить?
5. Навіщо створили це повідомлення?

Інтерактивні платформи та додатки:

- багато платформ пропонують спеціальні розділи для дітей, де вони можуть граючись вивчати основи комп'ютерної грамотності та медіа;
- учні можуть створювати свої перші презентації, використовуючи прості інструменти для додавання тексту, зображень та звуків;
- за допомогою простих онлайн-редакторів діти можуть створювати свої комікси, історії або навіть короткі мультфільми.

Відео та аудіо матеріали:

- існують численні відео, які пояснюють основні поняття медіаграмотності у доступній для дітей формі;
- слухання підкастів для дітей допомагає розвивати слухову увагу та розуміння мови;
- спільний перегляд онлайн-трансляцій дитячих програм та обговорення їх змісту.

Онлайн-ігри та квести:

- ігри, які допомагають дітям розвивати навички критичного мислення, розпізнавати фейки та безпечно поводитися в інтернеті;
- створення цікавих квестів, де дітям потрібно шукати інформацію, розгадувати загадки та виконувати завдання.

Приклади завдань:

- Намалювати історію про улюбленого героя: Діти можуть створити декілька малюнків, що розповідають про пригоду улюбленого героя (наприклад, як він допомагає друзям або досліджує казковий ліс). Потім вони можуть показати малюнки в класі й коротко розповісти про сюжет.
- Записати голосове повідомлення про свою улюблену казку: Діти можуть у домашніх умовах із допомогою батьків записати невелику аудіорозповідь, де вони переказують казку або розповідають, чому вона їм подобається. Потім аудіо можна прослухати в класі.
- Принести фотографію свого домашнього улюбленця та розповісти про нього: Учень приносить фотографію свого котика, собачки чи іншого

улюбленця і розповідає один-два речення про нього. Це легке завдання для розвитку навичок розповіді.

– Знайти малюнок або іграшку про цікаве явище природи: Наприклад, дитина приносить картинку із зображенням веселки чи сніжинки. Учитель коротко пояснює це явище, а дитина показує зображення класу.

– Створити паперову аплікацію про погоду або природу: Наприклад, зробити аплікацію веселки, сонечка або дерева. Потім кожен учень може коротко розповісти, що зобразив, і пов'язати це з темою природи або сезону.

Переваги використання цифрових інструментів:

– активне навчання – молодші школярі стають активними учасниками навчального процесу;

– мотивація – цифрові інструменти роблять навчання цікавим і захоплюючим;

– розвиток навичок XXI століття – учні розвивають навички критичного мислення, креативності, співпраці.

Таким чином, формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання є важливою складовою сучасного освітнього процесу. Формування медіаграмотності на уроках літературного читання сприяє не тільки розвитку навичок читання та аналізу текстів, а й готує учнів до свідомого та відповідального споживання інформації в сучасному медіапросторі.

2.3. Експериментальна перевірка методики формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання

Нами було проведено експерименте дослідження, що включала визначення наявного рівня сформованості медіаграмотності учнів початкових класів Роменської загальноосвітньої школи І-ІІІ ступенів №11 Роменської міської ради Сумської області у кількості 65 осіб.

Експеримент складався з трьох взаємопов'язаних етапів, що зазначені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Етапи дослідно-експериментальної роботи

№	Назва етапу	Зміст роботи
1	Констатувальний	на цьому етапі проводиться первинна діагностика рівня сформованості медіаграмотності учнів другого класу
2	Формувальний	на цьому етапі на уроках словесності в експериментальному класі впроваджується розроблена система роботи для формування медіаграмотності
3	Контрольний	на цьому етапі проводиться повторна діагностика рівня сформованості медіаграмотності учнів другого класу в експериментальному та контрольному класах, після чого здійснюється аналіз результатів і робляться висновки

Констатувальний етап експерименту. На даному етапі дослідження було продіагностовано рівень сформованості медіаграмотності учнів 2 А та 2-Б класів Роменської загальноосвітньої школи №11 у загальній кількості 65 осіб. Ми виокремили такі показники оцінки сформованості медіакомпетентності учнів другого класу:

– здатність користуватися девайсами (смартфоном, планшетом), вміння здійснювати дзвінки, надсилати повідомлення тощо;

- уміння аналізувати медіаінформацію, виділяти головне та узагальнювати побачене;
- здатність знаходити інформацію в мережі Інтернет;
- уміння використовувати медіаінформацію для навчальних чи особистих цілей;
- здатність створювати власні медіапродукти.

На основі цих показників нами було визначено критерії сформованості медіаграмотності за трьома рівнями (див. табл. 2.4.):

Таблиця 2.4.

Критерії сформованості медіаграмотності другокласників за трьома рівнями

Високий рівень	Середній рівень	Низький рівень
<ul style="list-style-type: none"> – Повністю сформовані уявлення про медіа. – Володіння знаннями про безпечне використання медіа та впевнене їх застосування. – Здатність самостійно створювати медіапродукти (малюнки, фото, короткі тексти, презентації тощо). – Уміння критично оцінювати медіаінформацію. 	<ul style="list-style-type: none"> – Сформовані початкові уявлення про медіа. – Базове володіння знаннями про безпечне використання медіа та їх часткове застосування. – Уміння створювати медіапродукти за допомогою дорослих. – Недостатня сформованість навичок критичного оцінювання медіаінформації. 	<ul style="list-style-type: none"> – Відсутність сформованого уявлення про медіа. – Недостатнє володіння основними поняттями у сфері медіа. – Відсутність знань про безпечне використання медіа. – Відсутність навичок створення медіапродуктів.

На жаль, на сьогодні немає достатньо діагностичних методик для визначення рівня сформованості медіаграмотності. Враховуючи це, ми вважаємо, що рівень медіаграмотності другокласників можна діагностувати за трьома основними компонентами: мотиваційним, інформаційно-пізнавальним та діяльнісним.

Для дослідження кожного компонента ми використовували окремі методики. Почнемо з *мотиваційного компонента*. Для визначення навчальних мотивів ми адаптували методику Л. Божович та А. Маркової «Драбинка мотивів», яка служить для вивчення навчальних мотивів. Ми розробили власну версію, орієнтуючись на мотиви використання медіа для навчання та повсякденного життя. Методика була адаптована до вікових особливостей другокласників і включала таку інструкцію: «Давай побудуємо драбинку, яка називається «Навіщо мені телефон (планшет)?». Прочитай, що написано на картках (щодо того, для чого учням телефони), але нас цікавить, для чого саме тобі потрібен телефон, що для тебе найважливіше».

Вибери картку, на якій написано те, що для тебе найважливіше, і поклади її на першу сходинку. Потім з решти карток обери ту, що є для тебе також важливою, і постав її на другу сходинку (трохи нижче першої). Продовжуй будувати драбину далі самостійно.

Учням пропонувалося 8 карток, з яких 4 були з пізнавальними мотивами, а 4 – із соціально-розважальними.

- Телефон мені потрібен для того, щоб дзвонити і листуватися;
- Телефон мені потрібен для того, щоб грати в ігри;
- Телефон мені потрібен для того, щоб знаходити цікаву інформацію в інтернеті;
- Телефон мені потрібен для того, щоб вихвалитися перед іншими;
- Телефон мені потрібен для того, щоб дивитися повчальні відео;
- Телефон мені потрібен для того, щоб сидіти у соціальних мережах;
- Телефон мені потрібен для того, щоб читати цікаві пізнавальні статті;

- Телефон мені потрібен для того, щоб слухати музику та дивитися мультфільми.

- Картки 1, 3, 5, 7 відповідають пізнавальним мотивам, а картки 2, 4, 6, 8 – соціально-розважальним.

- Згідно з цією ієрархією мотивів, рівень медіаграмотності учня оцінюється так:

- Високий рівень – якщо три з перших чотирьох карток стосуються пізнавальних мотивів, а одна – соціально-розважальних.

- Середній рівень – якщо дві картки стосуються пізнавальних мотивів, а дві – соціально-розважальних.

- Низький рівень – якщо одна картка відповідає пізнавальним мотивам, а три – соціально-розважальним.

Інформаційно-пізнавальний компонент було оцінено за допомогою анкети «Я у світі медіа», яку ми розробили самостійно. У анкеті містилися питання як відкритого, так і закритого типу, на які учні мали дати письмові відповіді. За кожну відповідь респондент отримував 1 або 0 балів. Кількість балів, яку учень отримував за свою відповідь, залежала від того, наскільки сформоване у нього розуміння певних понять з галузі медіа.

Анкета «Я у світі медіа»:

- Що таке медіа?
- Чи знаєш ти, що таке ЗМІ (засоби масової інформації)?
- Звідки ти дізнаєшся інформацію?
- Для чого ти використовуєш інтернет?
- Чи знаєш ти, як створювати документи на комп'ютері чи в телефоні? (документи, презентації, малюнки)
- Які правила безпеки користування інтернетом ти знаєш?

Після підрахунку балів за відповіді були визначені рівні медіакомпетентності за інформаційно-пізнавальним показником:

Високий рівень – від 4 до 6 балів;

Середній рівень – від 2 до 4 балів;

Низький рівень – від 0 до 2 балів.

Останній **діяльнісний компонент** було досліджено за допомогою розробленої нами системи завдань:

Написати повідомлення вчителю (номер вчителя завчасно був записаний учнями).

Знайти в Інтернеті визначення слів «крига», «шипшина», «явір».

Учням запропоновано декілька завдань з медіа із варіантами відповідей. Серед медіа обрано афішу, комікс, мультфільм.

Про яку подію говорить ця афіша?

Що зображено на коміксі? (Підказка: це може бути дія або емоція персонажів).

Яке повідомлення передає мультфільм? (Питання стосується основної теми або моральної установки).



А) Розіграш призів;

Б) Свято до Дня захисту дітей; В) Буде весело.

1) Про що розповідає нам цей фрагмент коміксу?



А) Про те, що скоро Новий Рік;

Б) Про те, що хлопчик хоче написати листа; В) Про те, що хлопчик має гарний календар.

2) Про що нам розповідає мультфільм? (пропонується до перегляду фрагмент мультфільму «Фіксики. Батарейки»)

1. Створити презентацію на тему «Моя сім'я».

Діагностика складалась з чотирьох завдань, кожне з яких спрямоване на різні аспекти роботи з медіа: аналіз і інтерпретація медіаінформації, її передача, пошукова діяльність і створення власних медіапродуктів. За виконання першого завдання учень отримує 1 бал, за друге – 3 бали (по 1 балу за кожне правильне слово). Третє завдання оцінюється аналогічно. За виконання четвертого завдання можна отримати до 3 балів: 1 бал за наявність тексту в презентації, 2 бали – за текст і картинки, 3 бали – за використання додаткових ефектів анімації, дизайну або переходів.

Отже, учень отримує високий рівень сформованості медіаграмотності при результаті 7-10 балів, середній рівень – 4-6 балів, і низький рівень – 1-3 бали.

За трьома діагностичними методиками було визначено рівень медіаграмотності учнів 2-Б класу (32 учні) та 2-А класу (33 учні). Результати показали, що другокласники мають недостатню обізнаність з основними поняттями медіаграмотності, що підкреслює важливість звернення уваги на цей аспект навчання.

В результатах дослідження медіаграмотності в 2-Б класі було виявлено:

- 6 учнів з високим рівнем (18,75%);
- 14 учнів з середнім рівнем (40,9%);
- 12 учнів з низьким рівнем (37,5%).

У 2-А класі:

- 8 учнів з високим рівнем (24,24%);
- 15 учнів з середнім рівнем (45,45%);
- 10 учнів з низьким рівнем (30,30%).

З цього можна зробити висновок, що найбільший відсоток учнів має середній рівень сформованості медіаграмотності як в 2-Б класі (40,9%), так і в 2-А класі (45,45%) (див. табл. 2.5.).

Таблиця 2.5.

Рівень сформованості медіаграмотності в учнів 2-Б та 2-А класів

№ п/п	Рівень сформованості медіаграмотності	2-Б		2-А	
		Кількість учнів	Відсотки	Кількість учнів	Відсотки
1.	Високий	6	18,75%	8	24, 24%
2.	Середній	14	43,75%	15	45,45%
3.	Низький	12	37,5%	10	30,30%

Результати констатувального етапу експерименту відображено на рис. 2.5.

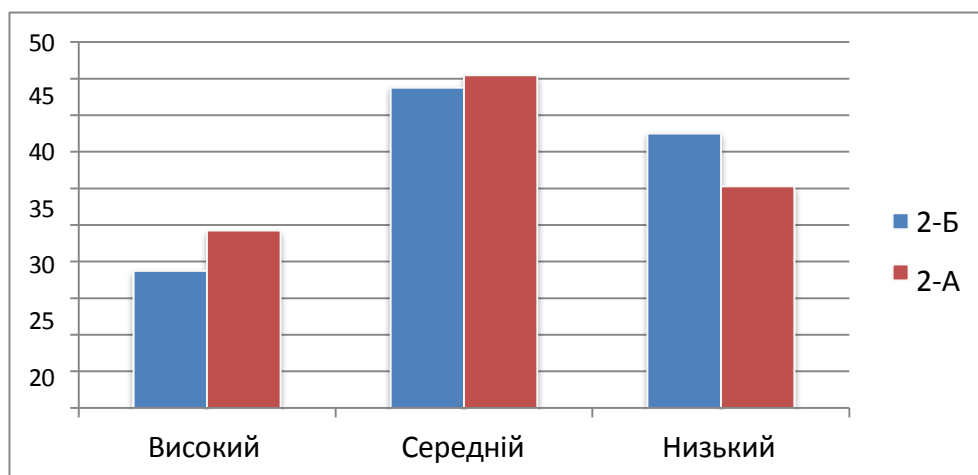


Рис. 2.5. Рівень сформованості медіаграмотності в учнів 2-Б та 2-А класів

Отже, дійшли висновку, що в 2-А класі більше учнів з високим рівнем сформованості медіаграмотності. Загалом, у обох класах переважає

кількість учнів із середнім рівнем. Що стосується учнів з низьким рівнем, то їх кількість є суттєвою, що, на нашу думку, є типовим для молодших школярів. У 2-Г класі учнів з середнім рівнем менше, ніж з високим, тоді як у 2-А класі учнів з низьким рівнем менше, ніж з середнім, на відміну від 2-Б класу, де учнів з низьким рівнем більше. Таким чином, результати діагностики в 2-Б класі є нижчими, тому цей клас було обрано експериментальним, а 2-А – контрольним.

Отже, результати констатувального експерименту вказують на необхідність розробки та впровадження поетапної системи роботи з підвищення рівня медіаграмотності на уроках словесності.

На цьому етапі відбувалось впровадження розробленої методики, яка має на меті підвищення рівня медіаграмотності серед другокласників. Модель складається з чотирьох взаємопов'язаних етапів: мотиваційного, теоретичного, практичного та творчого.

Кожен етап має свої цілі та зміст роботи, а також визначені медіапродукти, з якими працюють учні, і засоби для їх реалізації. Очікується, що впровадження цієї моделі дозволить досягти результату — підвищення рівня сформованості інформаційно-пізнавального, мотиваційного та діяльнісного компонентів. Кожен етап зосереджений на формуванні одного з компонентів медіаграмотності: мотиваційний етап — на мотиваційному компоненті, теоретичний — на інформаційно-пізнавальному, а практичний і творчий етапи — на діяльнісному компоненті.

На наш погляд, така структурованість роботи під час повторної діагностики та аналізу результатів впровадження системи має велике значення, оскільки вона дозволяє чітко визначити, на якому етапі та які саме помилки були допущені.

Важливо також зазначити, що відповідно до нових вимог Державного стандарту та типових освітніх програм українська мова та літературне читання інтегруються в одну навчальну дисципліну [7]. Автори програм

по-різному називають її, проте найбільш вживаною є назва «Українська мова».

Уроки літературного читання в сучасній початковій школі є складною системою, яка охоплює не тільки знайомство з новим матеріалом, а й його практичне застосування. Тому при впровадженні розробленої нами системи роботи більшість уроків включала всі етапи моделі.

Розглянемо кожен етап детальніше. Перший етап — мотиваційний. Цей етап спрямований на формування інтересу до роботи з медіа через демонстрацію медіапродуктів, що є цікавими для другокласників. Як зазначено в першому розділі, до таких медіапродуктів належать мультфільми, комікси, комп'ютерні та телефонні ігри, аудіо- та відеоматеріали.

Основним завданням було показати учням, що девайси можна використовувати не лише для розваг, а й для вивчення навчальних предметів, зокрема мовно-літературної освіти. Учні повинні були усвідомити важливість формування медіаграмотності.

Таким чином, на початку уроків з української мови учням пропонувалось проблемне завдання, яке включало аналіз, обробку чи застосування медіаінформації. Це завдання вони не могли б вирішити без необхідних знань і навичок, що сприяло розвитку їх медіакомпетентності.

Проблемні ситуації, створені в 2-Б класі, можна умовно поділити на чотири основні типи:

1. Проблеми, що виникають при роботі з невідомими раніше медіапродуктами.
2. Проблеми, пов'язані з недостатньою обізнаністю учнів з прийомами аналізу медіапродуктів.
3. Проблеми, що виникають через несформованість навичок використання медіаінформації.
4. Проблеми, які з'являються через відсутність досвіду створення власних медіапродуктів.

Для подолання цих труднощів дітям було запропоновано ряд завдань:

- Переглянути мультфільм на власному девайсі, використовуючи QR-код.
- Розглянути зображення, визначити тип медіапродукту, з яким працюють.
- Розглянути малюнок і вказати, яку інформацію можна з нього отримати.
- Пограти в онлайн-гру, описати, чим вона корисна і чим може бути шкідливою.
- Прослухати аудіозапис і поділитися враженнями.
- Створити власний аудіозапис.

Для формування мотиваційного компонента медіаграмотності можна використовувати інтерактивні завдання на платформі «Learningapps.org». Ці завдання не тільки знайомлять учнів з різними видами медіапродуктів, але й сприяють їх аналізу, оцінці та інтерпретації. Окрім того, це завдання допомагають формувати нові поняття в галузі медіа, а також емоційно-ціннісні ставлення, що відповідає теоретичному етапу навчання.

Такі вправи відображали зміст рідномовної освіти та матеріали з підручника. Наприклад, для формування вміння розрізняти види медіапродуктів учням було запропоновано таке завдання: «Обери правильну відповідь. На малюнку зображено фрагмент...». Цей тип завдання дозволяє учням не лише ознайомитися з різними медіапродуктами, а й активно аналізувати їх, що сприяє розвитку навичок медіаграмотності (див. рис. 2.6.):

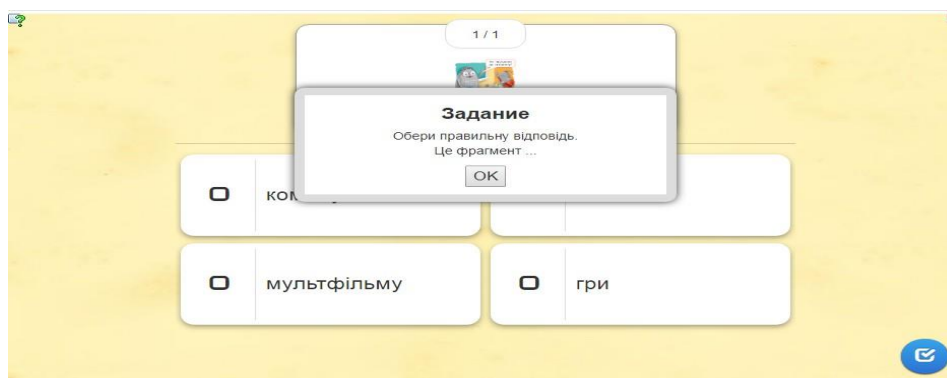


Рис. 2.6. Завдання в learningapps.org, спрямоване на розрізнення видів медіапродуктів

Оскільки до кола інтересів учнів початкової школи входять різноманітні ігри, на мотиваційному етапі другокласникам пропонувались завдання розважального характеру, але з орієнтацією на засвоєння змісту рідномовної освіти. Наприклад, до теми «Загадка» учням було запропоновано відгадати загадки, а також змагатися між собою, намагаючись першими дістатися до фінішу. Такий підхід не тільки мотивує дітей до навчання, а й допомагає засвоїти навчальний матеріал у веселій та інтерактивній формі. (див. рис. 2.7.).

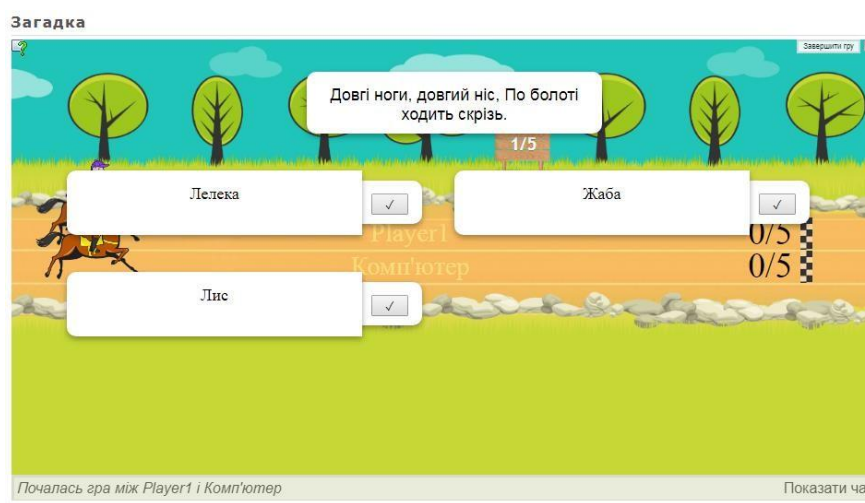


Рис. 2.7. Завдання в learningapps.org до теми «Загадка»

Учні сканували QR-коди за допомогою своїх смартфонів і планшетів, щоб ознайомитися з новими медіапродуктами. Наприклад, під час вивчення

теми «Діалог. Українська народна казка» було підібрано мультфільм, що ілюструє казку «Півник і двоє мишенят». Учні сканували QR-коди і переглядали мультфільм, а після цього відповідали на запитання (див. рис. 2.8.). Питання були спрямовані не тільки на аналіз самого твору, а й на дослідження медіапродукту «мультфільм», зокрема його складових, згідно з етапами та напрямками, описаними в першому розділі магістерської роботи.



Рис.2.8. QR-код для ознайомлення з мультфільмом «Півник та двоє мишенят»

До теми «Ходить гарбуз по городу» учням пропонувалось ознайомитись з піснею, яку було підкріплено відео (див.рис.2.9.).

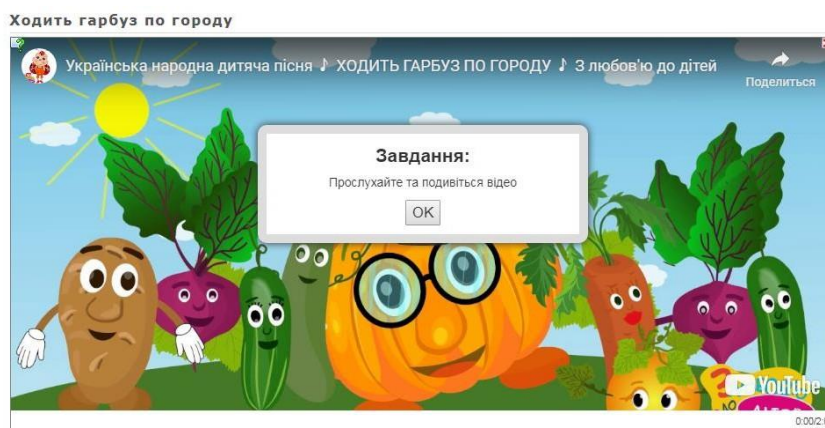


Рис. 2.9. Завдання в learningapps.org до теми «Ходить гарбуз по городу»

Кожен учень використовував навушники для перегляду відео, після чого відповідав на запитання, що стосувалися визначення виду медіапродукту, аналізу медіаінформації та форми медіа. Другокласники визначали, які зображення були у відео, хто є автором, чи відповідає відео

оригінальному тексту, як вони сприйняли матеріал, і чи сподобався медіапродукт, та чому.

Робота з платформою Learningapps є зручною не лише для учнів, але й для вчителів. На платформі є функція, що дозволяє вчителю вводити імена учнів і відслідковувати їх виконання завдань. Кожному учневі генерується QR-код, через який вони отримують доступ до нових вправ і завдань, а вчитель може отримати інформацію про рівень виконання завдань. Це дозволяє об'єктивно оцінити ефективність застосування таких вправ під час уроків словесності.

Протягом мотиваційного етапу ми помітили стійкий інтерес учнів до роботи з медіапродуктами, зокрема через використання власних девайсів під час уроків та вдома.

Теоретичний етап передбачав знайомство з основними поняттями в галузі медіа, різновидами медіапродуктів, а також розвиток навичок аналізу, інтерпретації та формування емоційно-ціннісних ставлень. Під час цього етапу учням демонстрували різні медіапродукти, такі як малюнки, афіші, оголошення, світлини, повідомлення, комікси, мультфільми, аудіо та відео, знайомили з їхніми особливостями, аналізували та інтерпретували медіаінформацію, а також формували власне ставлення до медіа. Всі види роботи на цьому етапі активно використовували девайси учнів, екран, навушники та спеціальні додатки, що сприяло розвитку інформаційно-пізнавального компонента медіаграмотності.

На теоретичному етапі учням було запропоновано низку завдань, спрямованих на ознайомлення з різними видами медіапродуктів і формування вмінь їх аналізувати:

1. Переглянути оголошення на сайті школи або дошці оголошень класу та з'ясувати, коли та де відбудеться шкільне свято до Дня вчителя.
2. Переглянути мультфільм і відповісти на запитання, що стосуються аналізу медіаінформації.

3. Розглянути малюнок та розповісти, що на ньому зображено, і які події він ілюструє.

4. Прослухати аудіозапис і придумати йому назву.

5. Розглянути комікс і описати його зміст.

6. Переглянути відео з читанням вірша та поділитися своїми враженнями у чаті.

Серед найбільш ефективних вправ для сприймання та аналізу медіапродуктів, які були застосовані, виділяються:

- Вправа «Стоп-кадр»: під час перегляду відео вчитель зупиняє його, і учні повинні проаналізувати сюжет та героїв даного твору, що допомагає розвивати увагу до деталей і критичне мислення.

- Вправа «Звук та зображення»: вчитель закриває екран, і учні чують лише звук медіапродукту. Після цього вони повинні вгадати зміст та жанр цього медіа, що сприяє розвитку аудіовізуального сприймання.

Практичний етап передбачав активне застосування набутих теоретичних знань учнями для створення різних медіапродуктів. Метою було формування навичок активного використання медіа в навчальному процесі та здобуття практичного досвіду у створенні медіапродуктів.

На цьому етапі учні ознайомлювались із основними прийомами створення медіапродуктів, таких як світлини, комікси, аудіозаписи, повідомлення, оголошення. Для цього використовувались як фізичні ресурси, так і цифрові додатки.

Один із прикладів завдань, виконаних на практичному етапі, був пов'язаний з темою «Розвиток зв'язного мовлення. Лист». Учням було запропоновано створити лист, розставивши частини тексту в правильному порядку. Для цього учні використовували персональні QR-коди для доступу до відповідного додатка на платформі learningapps.org, що дозволяло інтерактивно попрактикуватися в складанні листа.

Такий підхід сприяв розвитку у дітей навичок створення медіапродуктів та їх ефективного використання у навчанні, одночасно

закріплюючи отримані теоретичні знання через практичні вправи (див. рис. 2.10.).

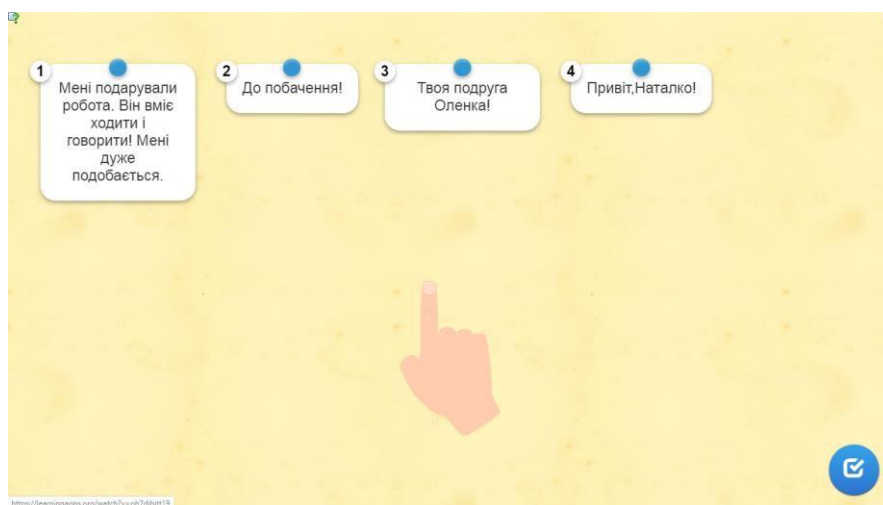


Рис. 2.10. Завдання в learningapps.org до теми «Розвиток зв'язного мовлення. Лист»

На практичному етапі роботи над медіапродуктами для учнів 2-Б класу важливим інструментом стали роздаткові матеріали. Ці матеріали допомогли дітям розвивати навички створення та аналізу коміксів, презентацій, світлин та інших медіа.

Робота над коміксами

Для роботи з коміксами учням було запропоновано різні завдання:

- Доповни комікс репліками: це завдання дозволяло учням практикувати мовлення, аналізувати сюжет і героїв, а також розвивати уяву.
- Розташуй частини коміксу у правильному порядку: учні вчилися логічно вибудовувати події та розуміти структуру коміксу.
- Усно доповни комікс словами автора: це завдання сприяло розвитку усного мовлення та здатності виразно інтерпретувати зміст.
- Створи комікс за детальним алгоритмом: учні працювали з програмами PIXTON та Microsoft Office Word, де вони створювали власні фрагменти коміксів за конкретними темами.

Цей вид діяльності був для учнів дещо новим і складним, тому розробка цих завдань відповідно до тем уроків словесності була важливою.

Створення коміксів сприяло розвитку творчих здібностей і вміння працювати з різними медіаформами.

Робота над презентаціями.

Ще одним важливим аспектом практичного етапу була робота з презентаціями. Учні спостерігали за презентаціями вчителя, ознайомлювались із основними прийомами створення слайдів, обробки текстів і зображень. Оскільки учні вже мали певний досвід у створенні простих презентацій, цей етап був для них легшим. Як приклад, учням було запропоновано створити презентацію про свою улюблену книгу, використовуючи детальні інструкції на дошці оголошень.

Створення світлин.

Одним з найбільш знайомих для учнів медіапродуктів були світлини. Вони вже добре орієнтувались у роботі з фотографіями, тому створення власних зображень не викликало труднощів. Для цього було організовано «Куточок справжнього читача», який оновлювався кожного місяця завдяки світлинам, зробленим учнями. Вони мали завдання зробити фотографії з улюбленими книгами, використовуючи таймер на своїх девайсах. Це завдання допомогло учням не тільки покращити свої навички роботи з технікою, а й заохотити їх до регулярної роботи з медіапродуктами.

Ці завдання, спрямовані на роботу з медіапродуктами, значно покращили навички учнів у створенні та аналізі різноманітних медіаформ. Вони отримали практичні навички, які активно застосовувались під час вивчення різних тем, зокрема в розділі «Медіаграмотність».

У рамках практичного етапу роботи над медіапродуктами учні 2 класу почали працювати з аудіальними медіапродуктами, що є важливою частиною програми. З огляду на те, що створення аудіозаписів є доступним і простим за допомогою диктофона на будь-якому сучасному девайсі, це завдання стало важливим етапом для розвитку аудіальних навичок у дітей.

Завдання з аудіальних медіапродуктів:

Запис на диктофон частини прочитаного тексту – це завдання допомогло учням практикувати виразне читання та зосереджуватись на правильному інтонуванні, що є важливою частиною аудіального сприймання текстів.

Поділитися враженнями щодо прочитаного в аудіоповідомленні – учні вчилися формулювати свої думки та емоції, що виникли від прочитаного матеріалу, розвиваючи критичне мислення та уміння організувати свої відгуки в усній формі.

Запис переказу тексту – ця вправа дозволяла учням відтворювати зміст прочитаного, розвиваючи навички перерахування фактів, подій і героїв.

Використання аудіо для перевірки домашнього читання.

Запис на диктофон значно полегшив організацію домашнього читання. Учні записували своє читання та перекази прочитаного і надсилали їх вчителю. Цей метод забезпечив не лише зворотний зв'язок для вчителя, а й допоміг учням удосконалити навички виразного читання та чіткої передачі думок. Завдяки такій організації продуктивність домашнього читання значно зросла, оскільки учні змогли більше часу приділяти самостійному відтворенню текстів та вдосконаленню вимови.

Це стало важливим етапом у розвитку аудіальної грамотності, що є невід'ємною частиною сучасної медіаграмотності, особливо для молодших школярів.

Ще одним типом медіапродуктів, з якими працювали учні, були аудіовізуальні матеріали, такі як пізнавальні відео, мультфільми та відеоблоги. Оскільки на практичному етапі учні освоювали навички створення цих продуктів, ми вирішили тимчасово відкласти навчання створенню мультфільмів через вікові особливості учнів 2 класу. Натомість ми зосередили увагу на відеоблогах. Учні виконували частину роботи, зокрема знімали відео для власного відеоблогу, використовуючи свої девайси. Вони створили відеоблоги на такі теми: «Мій шкільний день»,

«Моє хобі», «Я дізнаюсь нове». Особливу увагу було приділено відеоблогу-враженню про книгу, який складався з трьох частин:

- мої очікування;
- я читаю книгу (короткий опис змісту, ілюстрації, головні герої, улюблений герой тощо);
- мої враження (основна думка, емоції, що викликає книга, оцінка твору).

На практичному етапі також відбулося знайомство з основами роботи в програмі Movie Maker, що є досить простою для учнів 2 класу. Отримані знання учні використали на наступному етапі роботи.

Movie Maker, що є доступною та нескладною у використанні для молодших школярів. Завдяки простим інтерфейсам і функціям програма дозволила учням об'єднати свої відео-уривки, додавати ефекти, титри та інші елементи, що стали основою для подальших творчих проєктів.

Цей етап був важливим кроком у розвитку медіаграмотності учнів, оскільки вони не лише сприймали інформацію у вигляді відео, але й здобули практичні навички її створення та аналізу. Такі заняття сприяють розвитку креативності, вираженню своїх думок через нові медіа, а також вдосконаленню навичок роботи з технологіями.

1) Заключний творчий етап мав на меті розвиток навичок креативного самостійного створення медіапродуктів, заснованих на теоретичних знаннях та практичних навичках, а також формування діяльнісного компоненту медіаграмотності. Для цього учням було запропоновано створювати медіапродукти самостійно. У межах цього етапу учні виконували завдання з роботи над мультфільмом, зокрема:

2) Озвучити уривок мультфільму за казкою — ця робота здебільшого проводилася в групах і виконувалася поетапно:

- прочитання казки;
- розподіл ролей;
- визначення реплік для кожного персонажа;

- тренувальний діалог;
- запис діалогу на диктофон;
- монтаж (учитель показував, як виконати кожен крок).
- Придумати альтернативну кінцівку казки та озвучити її.

Учням було запропоновано створити комікси на основі оповідань або окремих діалогів. Приклади робіт учнів можна знайти в додатку Ж. Варто зауважити, що більшість коміксів були створені за допомогою Microsoft Office Word, що, на нашу думку, пов'язано з певними складнощами у використанні програми PIXTON для учнів 2 класу [61]. У межах теми «Розвиток зв'язного мовлення. Лист» учні створювали свої sms-повідомлення та надсилали їх до чату класу. Тема «Оголошення» передбачала створення учнями оголошень, які вони розміщували на дошці в електронному класі.

Робота над створенням відеоблогів продовжувалася. На практичному етапі учні підготували уривки майбутніх відеоблогів та ознайомились з основними прийомами їх монтажу. Під час творчого етапу учні застосували ці навички для створення власних відеоблогів про улюблену книгу. Деяким учням, які успішно справились із завданням, було запропоновано створити буктрейлер до книги як творчий проект.

Під час творчого етапу учні також створювали фото-колажі, буклети та рекламні листівки, які вони використовували на практиці. Наприклад, учні роздавали рекламні листівки про інсценізацію казки «Лисичка і Журавель» у школі.

Загалом творчий етап продемонстрував високі результати роботи на практичному етапі, що ще раз підтвердило ефективність розробленої системи, спрямованої на формування мотиваційного, інформаційно-пізнавального та діяльнісного компонентів медіаграмотності у учнів.

Система уроків літературного читання

№	Тема уроку	Стор. підручника	Зміст роботи над формуванням медіакомпетентності	Типи вправ, що використовуються
1	Я у школі. Розвиток мовлення «Школа майбутнього»	7	Ознайомлення медіапродуктом «комікс», його особливостями	Мотиваційні, інформаційно-пізнавальні,
2	Усна народна творчість. Загадка	10-11	Виконання завдань learningapps.org	Мотиваційні, інформаційно-пізнавальні, діяльнісні
3	Розвиток мовлення. Лист	16	Ознайомлення медіапродуктом повідомлення; складання листа за частинами; створення та надсилання власних повідомлень	Мотиваційні, інформаційно-пізнавальні, діяльнісні
4	Монолог і діалог	17-18	Ознайомлення з аудіальними медіапродуктами, створення власних	Мотиваційні, інформаційно-пізнавальні, діяльнісні
5	Діалог. Українська народна казка	18-19	Ознайомлення особливостями мультфільму, перегляд, обробка.	Мотиваційні, інформаційно-пізнавальні
6	Діалог. Українська народна пісня	20	Сканування QR-коду, прослуховування та перегляд відео, його аналіз та обробка	Мотиваційні, інформаційно-пізнавальні

7	Повторюємо. Слово	21	Сканування QR-коду Виконання завдань learningapps.org	Мотиваційні, інформаційно-пізнавальні
8	Повторюємо. Речення	22-23	Сканування QR-коду Виконання завдань learningapps.org Створення скрайбінгу учнями	Мотиваційні, інформаційно-пізнавальні, діяльнісні
9	Повторюємо. Текст	23-24	Сканування QR-коду Виконання завдань learningapps.org Розташування частин коміксу по порядку	Мотиваційні, інформаційно-пізнавальні, діяльнісні
10	Звуки і букви. Звуки. Казки народів світу	25-26	Сканування QR-коду Виконання завдань learningapps.org Прослуховування та обробка аудіо, запис власного	Мотиваційні, інформаційно-пізнавальні, діяльнісні
11	Звуки і букви. Абетка	27-28	Запис на відео вірша	Діяльнісні
12	Абетка. Словники	28	Вихід у мережу Інтернет, Пошук онлайн-словників різних типів, значення окремих слів	Інформаційно-пізнавальні, діяльнісні
13	Абетка. Казки народні й авторські	31	Доповнення репліками коміксу; Створення власного на папері.	Інформаційно-пізнавальні, діяльнісні
14	Абетка. Авторська казка	32-33	Створення коміксу за казкою	Діяльнісні
15	Голосні і приголосні звуки.	34-35	Сканування QR-коду Виконання завдань	Мотиваційні, інформаційно-

	Позначення голосних звуків буквами	learningapps.org	пізнавальні, діяльнісні
--	------------------------------------------	------------------	----------------------------

Цю систему уроків було розроблено відповідно до програмних вимог та підручника, зокрема із зазначенням основних видів роботи з формування компонентів медіаграмотності для кожної теми уроку в таблиці.

Впровадження цієї моделі через систему уроків з літературного читання допомогло підвищити рівень медіакомпетентності учнів 2 класу, про що свідчить результат наступного етапу дослідження.

Після впровадження системи роботи з формування медіаграмотності в 2-Б класі ми провели контрольний етап експериментально-дослідної роботи, що дозволило оцінити зміни в рівнях медіаграмотності учнів 2-А та 2-Б класів. Для цього учням було запропоновано пройти діагностику, схожу на ту, що використовувалася на констатувальному етапі експерименту. Однак зміст завдань був змінений. Після проведення контрольного зрізу в експериментальному 2-Б класі отримані такі результати:

Результати контрольного етапу показали такі зміни у рівнях сформованості медіаграмотності учнів 2-Б класу:

- Кількість учнів з високим і середнім рівнем медіаграмотності зросла. Якщо раніше з високим рівнем було 6 учнів (18,75%), то тепер їх стало 8 (25%). З середнім рівнем було 14 учнів (43,75%), а стало 17 (53,12%).
- Кількість учнів з низьким рівнем медіаграмотності значно зменшилась. Раніше таких було 12 учнів (37,5%), а тепер лише 7 учнів (21,87%).

Несуттєво змінились результати у 2-А класі:

- до експерименту з високим рівнем сформованості медіаграмотності було 8 учнів, що становить 24,24%, а стало 7, що становить 21,21%;
- натомість збільшилась кількість учнів з середнім рівнем сформованості медіаграмотності з 15 (45,45%) учнів до 16 (50%);

- кількість учнів з низьким рівнем сформованості медіаграмотності залишилась незмінною – 10, що становить 30,30%.

Тож представимо результати у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7.

Рівні сформованості медіакомпетентності 2-Б та 2-А класів до та після експерименту

№	Рівні сформованості медіакомпетентності	2-Б клас				2-А клас			
		До експерименту		Після експерименту		До експерименту		Після експерименту	
		К-сть учнів	відсотки	К-сть учнів	відсотки	К-сть учнів	відсотки	К-сть учнів	відсотки
1	Високий	6	18,75%	8	25%	8	24, 24%	7	21,21%
2	Середній	14	43,75%	17	53,12%	15	45,45%	16	50%
3	Низький	12	37,5%	7	21,87%	10	30,30%	10	30,30%

Відобразимо на рис. 2.11. результати проведення контрольного експерименту.

Перевірку ефективності проведеного дослідження щодо формування медіаграмотності молодших школярів також здійснили за допомогою χ^2 – критерію кореляції Пірсона, який обчислювався за формулою:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(P_i - K_i)^2}{K_i}$$

де P_i - числові дані, що були отримані на контрольному етапі експерименту, K_i – числові дані, одержані на констатувальному етапі експерименту, n – кількість рівнів медіаграмотності молодших школярів.

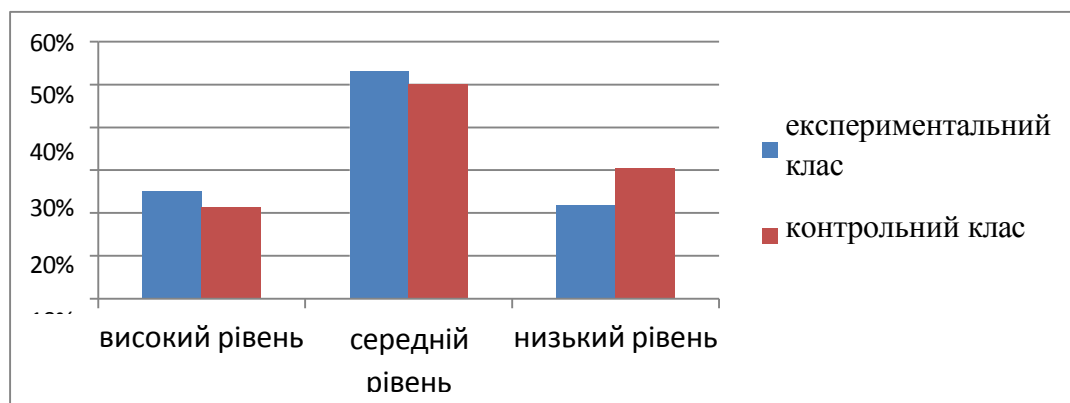


Рис. 2.11. Рівні сформованості медіаграмотності в експериментальному та контрольному класах після експерименту

Таким чином, результати контрольного етапу показали, що в учнів контрольного класу рівень сформованості медіаграмотності майже не змінився. Натомість у експериментальному класі, де була впроваджена наша система роботи, спостерігалось суттєве підвищення рівня медіаграмотності. Це підтверджує ефективність застосованої моделі навчання, що включала створення власних медіапродуктів. Такий підхід став важливим кроком у розвитку учнів, оскільки формування навичок створення медіапродуктів є необхідним для успішної адаптації в сучасному інформаційному суспільстві.

Висновки до розділу 2

Отже, аналіз стану досліджуваної проблеми у практиці сучасних шкіл показав, що державні документи не завжди відповідають один одному. Концепцією НУШ, державним стандартом та типовими освітніми програмами не передбачено формування медіаграмотності. Натомість в освітніх програмах з української мови та читання у змістовій лінії «Досліджуємо медіа» виділено роботу над формуванням медіаграмотності, яка є вужчим поняттям, ніж медіакомпетентність і не охоплює всієї сукупності знань, умінь та навичок, які необхідні для повноцінного орієнтування молодшого школяра в світі медіа та суспільстві загалом. В

типових освітніх програмах зазначено медіапродукти, з якими працюють учні, проте в освітніх програмах, створених під керівництвом О. Савченко та Р. Шияна, вони різняться. У програмі, створеній під керівництвом Р.Шияна, передбачено більшу кількість медіапродуктів, з якими працюють другокласники, а питання формування медіаграмотності розкрито ширше.

Що ж до чинних підручників з української мови та читання для 2 класу, то більшість з них обмежують роботу за змістовою лінією «Досліджуємо медіа» скануванням QR-кодів та ознайомленням з медіапродуктами без глибинного їх опрацювання. Учні аналізують лише зміст медіаінформації, що несе конкретний медіапродукт. Ще одна частина підручників взагалі не реалізує роботи з формування медіакомпетентності чи медіаграмотності, як це передбачає програма. Тож нами було виділено лише один підручник української мови та читання Г. Остапенко, в якому передбачено роботу з ознайомлення з більшою кількістю медіапродуктів, їх аналіз, порівняння, оцінку та створення власних зразків. Звісно, є й недоліки, оскільки не передбачено інструкцій для самостійного створення медіапродуктів, але порівняно з іншими, цей підручник наближений до вимог освітньої програми. Вчителі намагаються здійснювати процес формування медіаграмотності хоча б частково, використовуючи для цього інформаційно-комунікаційні технології.

Для розуміння наявного рівня сформованості медіаграмотності молодших школярів було проведено діагностику за кожним її компонентом. Дане дослідження показало, що учні других класів Роменської ЗОШ мають переважно середній рівень, трохи менше – низький і досить мала кількість учнів має високий рівень сформованості медіаграмотності. Тож нами було розроблено модель формування медіаграмотності і експериментально перевірено її ефективність.

Дана модель включає 4 основних етапи: мотиваційний, теоретичний, практичний та творчий. Кожен з етапів має відповідні конкретні цілі та передбачає роботу з різними медіапродуктами. У моделі також визначено

засоби формування медіаграмотності. Кожен з етапів даної моделі відповідає за певний компонент медіаграмотності: мотиваційний, інформаційно-пізнавальний та діяльнісний. Для мотиваційного, теоретичного, практичного та творчого етапів розроблено систему роботи, яка включає різні вправи та завдання відповідно до цілей кожного з етапів, а також розроблено комплекс уроків, на яких здійснювалось формування медіаграмотності.

Для перевірки ефективності впровадженої методики нами було проведено повторну діагностику рівня сформованості медіаграмотності в експериментальному та контрольному класі. Показники в кожному з них змінились, зокрема в контрольному класі несуттєво, а от в експериментальному було помічено позитивну динаміку. Зменшилась кількість учнів з низьким рівнем сформованості, збільшилась з високим та середнім. Ефективність впровадженої системи роботи підтверджують і обчислення за формулою Пірсона, які показали позитивні зрушення у рівнях сформованості медіаграмотності після формувального етапу експерименту.

Таким чином, можемо стверджувати, що розроблена методика формування медіаграмотності учнів на уроках «Літературного читання» сприяє формуванню основних компонентів медіаграмотності у контексті рідномовної освіти.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дає підстави зробити відповідні висновки.

У початковій школі (включаючи 2 клас) діти ще не мають сформованих навичок абстрактного мислення, тому для розвитку медіаграмотності потрібно застосовувати методи, що опираються на наочність, конкретні приклади та емоційний відгук. Це можуть бути завдання, де учні порівнюють різні сюжети, оцінюють картинки, історії, що допомагають розрізнити реальність і вигадку.

Опрацювавши наукові праці дослідників, визначили сутність поняття «медіаграмотність». Медіаграмотність – здатність особистості, що полягає у взаємодії сукупності знань, умінь та навичок з вибору, добору, аналізу, інтерпретації, критичної оцінки, створення та передачі власних зразків медіапродуктів у різний спосіб.

Структура медіаграмотності зумовлює поетапність роботи над її формуванням, оскільки кожна стадія спрямована на формування одного з компонентів медіаграмотності.

За допомогою проведеного теоретичного дослідження з'ясували основні функції медіаграмотності: комунікативна, адаптивна, мотиваційна, розвивальна, аналітична, культурологічна. Реалізація всіх названих функцій буде сприяти ефективному формуванню медіаграмотності під час навчання рідної мови.

Визначили психолого-педагогічні аспекти формування медіаграмотності: відповідність віковим та індивідуальним особливостям, поетапна робота над формуванням медіаграмотності, упровадження спеціальних вправ та завдань на уроках української мови.

Перш за все, мають враховуватися вікові та індивідуальні особливості. У молодшому шкільному віці провідною діяльністю стає навчальна, проте частково залишається й ігрова. Така особливість зумовлює вибір медіапродуктів для опрацювання у початковій школі.

З'ясовано, що формування медіаграмотності є комплексним процесом, тому він був представлений чотирма взаємопов'язаними етапами: мотиваційний, теоретичний, практичний, творчий.

Проаналізувавши Типові освітні програми та підручники з української мови, з'ясували, що діти знайомляться з такими медіапродуктами: малюнок, мультфільм, комікс, фотографія, фотоколаж, замітка до стінгазети, оголошення, запрошення та привітання.

Визначили послідовність дослідження медіапродуктів: прийняття рішення щодо вибору медіатексту, сприймання і розуміння тексту, аналіз змісту і форми медіатексту, оцінювання інформаційного матеріалу, вибір позиції, заснованої на доказах, визначення особистісного ставлення до даного медіатексту.

У цей період важливо закладати основу для розвитку здатності ставити запитання, що також є важливою частиною медіаграмотності. Сюди належать завдання, які навчають дітей ставити питання щодо мети певного медіа-матеріалу або виділяти основні повідомлення тексту чи ілюстрації. Сучасна література пропонує різні моделі інтеграції медіаграмотності в освітній процес. Наприклад, багато науковців та педагогів рекомендують використовувати методи, що поєднують літературне читання з медіаконтентом (картинки, аудіо, відео) для кращого розуміння тексту та його оцінки. Це сприяє розвитку в учнів вміння аналізувати, порівнювати та критично оцінювати інформацію. На уроках літературного читання можна використовувати комікси, ілюстрації, уривки з мультфільмів або казки в аудіоформаті. Це допомагає урізноманітнити уроки та розвивати навички роботи з різними типами медіаконтенту. Наприклад, учні можуть аналізувати ілюстрації до тексту, обговорювати, які емоції вони викликають, або як змінюється розуміння тексту з урахуванням цих медіаелементів.

Розроблення методики формування медіаграмотності учнів на уроках літературного читання у 2 класі базується на використанні адаптованих для

цього віку вправ і завдань, які розвивають критичне мислення, розуміння та аналіз інформації.

Як показали результати роботи під час проходження переддипломної практики, сучасні діти живуть в інформаційному суспільстві й на них впливає медіа. Більшість із них вже активно користується комп'ютерами та різноманітними гаджетами. Отже, формування медіаграмотності учнів – це одне з важливих завдань Нової української школи.

Список використаних джерел

1. Баришполец О. Чинники впливу засобів масової інформації на аудиторію. *Соціальна психологія*. 2006. № 6. С. 153–163.
2. Бех І. Д. Виховання особистості. К.: Либідь, 2008. 838 с.
3. Бібік Н. В. Компетентнісний підхід: рефлексивний аналіз. *Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи*: Бібліотека з освітньої політики / за загальною редакцією О. В. Овчарук. К. : «К.І.С.», 2004. С. 45-50.
4. Большакова І. А., Пристінська М. Українська мова та читання : підруч. для 2 кл. закл. загальн. середн. Освіти (у 2х частинах): Ч. 1. Харків: Видавництво «Ранок», 2019. 96 с.
5. Бондар С. Компетентність особистості як інтегрований компонент навчальних досягнень учнів. *Біологія і хімія в школі*. 2003. № 2. С. 8–9.
6. Варзацька Л. О., Трохименко Т. О. Українська мова та читання: підруч. для 2 класу закл. загал. серед. освіти. У 2 ч. Ч.1. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2019. 168 с.
7. Вашуленко М. С., Дубовик С. Г. Українська мова та читання: підруч. для 2 кл. закл. загальн. середн. освіти (у 2х частинах): Ч. 1. К.: Видавничий дім «Освіта», 2019. 144 с.
8. Вашуленко М. Методика навчання української мови в початковій школі: навч.-метод. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / за наук.ред. М.С.Вашуленка. К.: Літера ЛТД, 2011. 364 с.
9. Іванова І. Вебінар. Реалізуємо змістову лінію «Досліджуємо медіа» в початкових класах НУШ. Практичні поради для вчителя. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TRquTJrcuBI&t=4812s>.
10. Орешка М. Вебінар. Скрайбінг у школі. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=10LF6skWmc8>.
11. Большакова І. Вебінар. Змістова лінія «Досліджуємо медіа». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=T6GKg1kQ6wA>

12. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і головний редактор Василь Терентійович Бусел. Київ, Ірпінь : ВТФ «Перун», 2001. 1440 с.
13. Воскресенська Н. О. Цєпова І. В. Українська мова : підручник для 2 класу закладів загальної середньої освіти (у 2-х частинах). Ч. 1. Харків : Вид-во «Ранок», 2018. 138 с.
14. Головань М.С. Компетенція та компетентність: порівняльний аналіз понять. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2011. № 8. С. 224-233.
15. Глосарій проекту «Тюнінг» освітніх структур в Європі. URL: http://www.euroeducation.org.ua/sites/default/files/documents/2016/06/10/tuning_educational_structures_in_europe_glossary_and_terms.pdf.
16. Державний стандарт початкової освіти : від 21 лютого 2018 року. Міністерство освіти і науки України. Офіційне видання. Київ : Кабінет Міністрів України, 2018. 37 с.
17. Зимня І. Олександрівна. Ключові компетентності – нова парадигма результату освіти. *Експеримент і інновації в школі*. 2009. № 2. С. 7–14.
18. Золотарьова І. О., Труш А. М. Застосування мобільного навчання в системі освіти. *Системи обробки інформації*. 2015. Вип. 4. С. 147–150. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/soi_2015_4_32.
19. Іваниця Г.А. Українська мова та читання : підруч. для 2 кл. закл. загальн. середн. освіти (у 2-х частинах): Ч. 1. Харків: Вид-во «Ранок», 2019. 80 с.
20. Іванова І. Вебінар. Реалізуємо змістову лінію «Досліджуємо медіа» в початкових класах. Практичні поради для вчителя. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TRquTJrcuBI&t=4812s>.
21. Іщенко О. Л., Логачевська С. П. Українська мова та читання : підруч. для 2 класу закл. загал. серед. освіти (у 2-х част.): Ч.1. Київ: Літера ЛТД, 2019. 96 с.

22. Кадемія М. Ю., Козяр М. М., Рак. Т. Є. Інформаційно-комунікаційні технології навчання : словник- глосарій. Львів: «СПОЛОМ», 2011. 327с.

23. Інноваційні технології навчання учнів початкових класів : монографія / П. Гусак та ін.; за ред. П. Гусака. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 276 с.

24. Інноваційні технології навчання : навч. посібн. для студ. вищих технічних навчальних закладів / Кол. авторів; відп. ред. Бахтіярова Х.Ш.; наук. ред. Арістова А.В.; упорядн. словника Волобуєва С.В. К. : НТУ, 2017. 172 с.

25. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні: за станом на 20 травня 2010 р. / Президія Національної академії педагогічних наук України. Офіц. вид. Київ. : Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2010. 12 с.

26. Концепція Нової української школи: від 27 жовтня 2016 року. Міністерство освіти і науки України. Офіц. вид. Київ: КабМін України, 2018. 40 с.

27. Кравцова Н., Романова В., Савчук А. Українська мова та читання : підруч. для 2 класу закл. загал. серед. освіти. У 2 ч. Ч.1. Тернопіль: Підручники і посібники, 2019. 128 с.

28. Куцуруба В.В., Старостіна Є.О. Формування медіакомпетентності другокласників засобами освітніх інновацій. Конкурсна наукова робота, 2019. URL: <http://vspu.edu.ua/content/hot/rey/doc2/a16.pdf>.

29. Компетентнісний підхід у сучасній освіті : світовий досвід та українські перспективи / за редакцією О. В. Овчарук. Київ : К. І. С., 2004. 112 с.

30. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / за редакцією Л. А. Найдьонові, М. М. Слюсаревського. URL: <https://urok-ua.com/urok-rozvitku-movlennya-urok-4-skladannya-dilovih-tekstiv/>

31. Крутій К. Л. Медіадидактичні особливості використання мультфільмів як засобу навчання мови і розвитку зв'язного мовлення дошкільників. *Наукові записки*. 2013. С. 89.

32. Мардаренко О. В. Інтерактивні комунікативні технології освіти: мобільне навчання як нова технологія в підвищенні мовної компетенції студентів немовних ВНЗ. *Інформатика та математичні методи в моделюванні*. 2013. Т. 3. № 3. С. 288–293. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Itmm_2013_3_3_13.

33. Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі : посібник для вчителя / за редакцією О. Волошенюк, Г. Дегтярьової, В. Іванова. Київ : Центр вільної преси, Асоціація українських працівників, 2017. 197 с.

34. Медіаграмотність у початковій школі : посібник для вчителя / Волошенюк О.В., Ганик О.В., Голошапова В.В., Дегтярьова Г.А., Іванова І.Б., Кожанова А.Ю., Пиза Г.Ю., Шкребець О.О., Янкович О.І. / за ред. Волошенюк О.В., Іванова В.Ф. Київ: ЦВП, АУП, 2018. 234 с.

35. Медіакомпетентність – вміння для життя сучасної людини. *Сучасний погляд*. 2017. № 4-5. Харків: Видавнича група «Основа». URL: <http://journal.osnova.com.ua/download/3-476-61664.pdf>.

36. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / редактор-упорядник В. Ф. Іванов, О. Волошенюк ; за науковою редакцією Василя Васильовича Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.

37. Навчальна онлайн-гра Медіазнайко. URL: <http://www.aup.com.ua/Game/>.

38. Наумчук В.І., Наумчук М. М., Коник Н. Я. Українська мова та читання : підруч. для 2 кл. закл. загальн. середн. освіти (у 2х частинах). Ч. 1. Тернопіль: Астон, 2019. 144 с.

39. Нова грамотність у цифровому столітті / автор-упорядник Ю. М. Зоря. *Матеріали обласної науково-практичної інтернет-конференції*. Черкаси: ЧОПОПП, 2016. 107 с.

40. Онищук В. О. Дидактичні основи засвоєння учнями мовних навичок і умінь. *Українська мова і література в школі*. 1971. № 3. С. 48-53.
41. Остапенко Г.С. Українська мова та читання : підруч. для 2 класу закл. загал. серед. освіти (у 2-х част.). Ч.1. К.: Світич, 2019. 128 с.
42. Павелків Р.В. Вікова психологія : підручник. К.: Кондор, 2015. 469 с.
43. Платформа для створення інтерактивних уроків. URL: <https://www.peardeck.com>.
44. Пометун О. І. Теорія та практика послідовної реалізації компетентісного підходу в досвіді зарубіжних країн. *Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи*: Бібліотека з освітньої політики / під заг. ред. О. В. Овчарук. К.: «К.І.С.», 2004. С. 15-24.
45. Пономарьова К.І. Українська мова та читання : підручник для 2 класу ЗЗСО (у 2-х частинах). Ч. 1. К. : УОВЦ «Оріон», 2019. 144 с.
46. Сагайдак Г.М. Медіаосвіта як засіб виховання сучасного школяра. *Обрії*. 2013. № 2(37). С. 25–27.
47. Сапун Г., Придатюк О. Українська мова та читання : підруч. для 2 класу закл. загал. серед. освіти. У 2 ч. Ч. 1. Тернопіль: Підручники і посібники, 2019. 112 с.
48. Сергєєнкова О. П. Столярчук О. А., Коханова О. П., Пасєкова О. В. Вікова психологія : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 376 с.
49. Сидорчук Н. Г. Порівняльний аналіз понять «компетенція» та «компетентність» як складних психолого-педагогічних феноменів. *Проблеми освіти: збірник наукових праць*. Спецвипуск. Вінниця-Київ, 2015. С. 78-81.
50. Скрипченко О. В., Долинська Л. В., Огороднійчук З. В. Вікова та педагогічна психологія : навчальний посібник. Київ : Просвіта, 2015. 416 с.

51. Словник іншомовних слів / уклад.: С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. К.: Наукова думка, 2000. 680 с.

52. Словник української мови: в 11 т. / ред. колег. І. К. Білодід (голова) та ін. К.: Наукова думка, 1970-1980. Т. 4: І-М / ред. А. А. Бурячок, Г. М. Гнатюк, П. П. Доценко. К.: Наукова думка, 1973. 840 с.

53. Срібняк І. Історія журналістики: виникнення та розвиток новинних мас-медіа в країнах Європи, Азії та Північної Америки (XVII-XX ст.) : підручник для студентів вищих навчальних закладів / МОН України; ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України»; Київський університет імені Бориса Грінченка (2-ге вид., перероб.). К.: Міжнародний науково-освітній консорціум імені Люсьєна Февра, 2018. 156 с.

54. Сулім А. А. Супроводження медіаосвіти. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Soc_kom/2011_968/content/sulim.pd10.

55. Сходинки до медіаграмотності : програма для загальноосвітніх навчальних закладів 2-4 класів із навчанням українською мовою, а також російською та іншими мовами національних меншин / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і науки України, Інститут педагогічної освіти та освіти дорослих Національної академії педагогічних наук України, Академія української преси. Київ: АУП, ЦВП, 2014. 28 с.

56. Типова освітня програма для закладів загальної середньої освіти. 1–2 класи / за науковою редакцією О. Савченко. URL: <http://osvita.ua/school/program/program-1-4/60407/>.

57. Токарева Н. М., Шамне А. В. Вікова та педагогічна психологія : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ, 2017. 548 с.

58. Уварова Г. О. Формування медіаграмотності учнів у процесі навчання іноземних мов : навчальний посібник. Київ : Центр вільної преси, 2018. 215 с.

59. Українська медіаосвіта: теоретичні та практичні аспекти : збірник наукових праць / за редакцією М. М. Слюсаревського. Київ : Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2015. 352 с.
60. Франчук І. П. Медіаграмотність в умовах освітнього процесу. *Педагогічний процес: теорія і практика*. 2020. Вип. 4. С. 27–35.
61. Федорова О. М. Медіаграмотність як складова інформаційної компетентності школярів. *Інформаційні технології в освіті*. 2018. № 3. С. 36–41.
62. Федченко А. О. Підходи до впровадження медіаосвіти в школах. *Педагогічні інновації*. 2019. № 2. С. 50–56.
63. Харченко Н. О. Формування критичного мислення у школярів як засіб підвищення медіаграмотності. *Освіта та суспільство*. 2019. № 6. С. 44–49.
64. Хоменко В. Г. Роль медіаосвіти в розвитку інформаційної культури учнів. *Педагогічна думка*. 2020. № 8. С. 72–78.
65. Цєпова І. В. Використання елементів медіаосвіти на уроках у початковій школі. *Початкова освіта*. 2018. № 10. С. 12–16.
66. Цикалюк Л. В. Медіаграмотність як складова компетентнісного підходу в освітньому процесі. *Наукові записки*. Серія : Педагогіка. 2020. № 4. С. 53–58.
67. Чайка О. М. Методичні засади медіаосвіти в початковій школі. *Педагогічний процес: теорія і практика*. 2019. № 5. С. 36–41.
68. Чорна Н. П. Медійна грамотність у сучасній школі : освітні практики. *Інноваційна педагогіка*. 2018. № 3. С. 44–49.
69. Шаповал Ю. А. Формування інформаційної культури школярів через медіаосвіту. *Вісник педагогічних наук*. 2019. № 6. С. 37–43.
70. Шевченко О. В. Медіаграмотність як інструмент сучасної освіти. *Молодь і ринок*. 2020. № 8. С. 58–63.
71. Широкова Т. М. Критичне мислення в умовах медіаосвіти. *Інформаційна безпека*. 2018. № 4. С. 33–38.

72. Шостак В. І. Розвиток медіаграмотності учнів початкових класів. *Початкова школа*. 2019. № 9. С. 20–25.
73. Щербак Л. І. Розвиток медіакомпетентності учнів у процесі навчання : монографія. Київ : Інститут педагогіки НАПН України, 2017. 278 с.
74. Щигельська А. Ю. Медіаосвіта як складова підготовки учнів до сучасного світу. *Освітологія*. 2020. № 11. С. 41–47.
75. Шумаєва С. Медіакомпетентність як складова загальної мас-медійної просвіти учнів. *Психологопедагогічні проблеми сільської школи: збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини* / ред. кол.: Побірченко Н. С. (гол. ред.) та інші. Умань: ФОП Жовтий О. О., 2014. Випуск 48. 320 с.
76. Юрченко С. М. Використання медіатехнологій в освітньому процесі. *Педагогіка і психологія*. 2019. № 7. С. 32–37.
77. Яковенко В. С. Медіаграмотність як нова освітня компетенція : підходи до впровадження. *Освітні інновації*. 2021. № 1. С. 23–29.
78. Якимчук А. В. Медіаосвіта у сучасній школі: теоретичні основи та практичне застосування. *Педагогічний вісник*. 2020. № 9. С. 51–56.
79. Янченко М. М. Методика формування медіаграмотності учнів в початковій школі. *Нові технології в освіті*. 2019. № 3. С. 37–42.
80. Яременко В. О. Інтеграція медіаграмотності у шкільну програму. *Педагогічні науки*. 2020. № 5. С. 50–57.

ДОДАТКИ

Додаток А

Тема. Урок розвитку зв'язного мовлення. Складання розповіді за власними спостереженнями, опорними словами. Опис собачки (2 клас)

Мета: продовжити роботу із вдосконалення вміння складати речення зі слів, зв'язну розповідь; формувати вміння правильно, точно висловлювати свої думки; розвивати пізнавальний інтерес учнів, спостережливість, образне мислення, увагу, самостійність думки; збагачувати словарний запас; виховувати любов до природи рідного краю, бажання берегти і любити рідну землю, дбайливе ставлення до тварин, чуйність, доброту, милосердя.

Творче застосування й добування знань

1. «Дерево рішень»

Учитель:

– Мені прийшло sms – повідомлення. Зараз я його вам зачитаю.

«У мене пропала собачка. Порадьте, як її знайти! Надсилаю фото.

Оксанка».

– Ну що, діти, допоможемо?

– А як це зробити?



– Чим відрізняється реклама від оголошення?

Основна відмінність реклами від оголошення в цілях розміщення. Реклама –інструмент продажу. Якщо оголошення публікується з аналогічною метою, то воно стає різновидом реклами. Але, як правило, вона є все ж інструментом залучення уваги.

Після обговорення діти вирішують, що залишається написати оголошення. А для цього потрібно описати тваринку.

2. Технологія «Перевернутий клас» (англ. flipped classroom) – принцип навчання, за яким основне засвоєння нового матеріалу учнями відбувається вдома, а час аудиторної роботи виділяється на виконання завдань, вправ, проведення практичних досліджень, індивідуальні консультації вчителя тощо. Усе тут навпаки: вдома – вивчення теоретичного матеріалу, в класі – детальний розгляд того, що вивчили вдома (вправи, практичні роботи тощо).

–Сфотографуйте свого домашнього улюбленця, придумайте назву до фото (виставка «Класні друзі»).

–Підберіть казки, пісні, приказки, вірші про собачок (зробіть розкадрування однієї з казок).

Розкадрування (англ. Story-board) — представлення сценарію у вигляді послідовності кадрів. Перегляньте мультфільми з участю собачок та фільм С.Ростоцького «Білий Бім Чорне вухо» (сімейний перегляд).

Бесіда:

1. Яке враження у вас склалося від перегляду фільму «Білий Бім Чорне Вухо»?

2. Що вам відомо про Біма? Опишіть його.

3. Якими були стосунки Біма з господарем? Що відомо про цю людину? (Хазяїн Біма, Іван Іванович, був письменником. Він узяв собачку, коли тому виповнився місяць, годував його молоком, допомагав цуценяті пізнавати світ.)

4. Яке лихо сталося з Іваном Івановичем? (Він захворів і чоловіка відправили на операцію дуже далеко.)

5. Який наказ хазяїн дав собаці, коли від'їжджав? («Чекати, хлопчику. Чекати».)

Завдання:

– Спробуйте від імені Біма розказати про його почуття, переживання.

– Розгляньте фото пам'ятника Бімові, який встановлено в 2010 р. у місті Воронежі. Чи таким ви його собі уявляли?



– Чи схожі історії дівчинки Оксанки і Івана Івановича? (Так. В обох випадках собачки, залишившись без хазяїна, будуть страждати).

Собаки – рекордсмени (найшвидший, найбільший, найменший, найдорожчий, найсильніший, найрозумніші, найвідоміші).

4.»Мозковий штурм».

– Яку роль, на вашу думку, виконують собаки? Яка від цього користь?

Собаки-охоронця, спортсмена, поводира, рятувальника на воді та з руїн, шукачі небезпечних предметів, чемпіони-розумники.

5. Створення проблемної ситуації

Уявіть собі, що в природі зникли тварини.

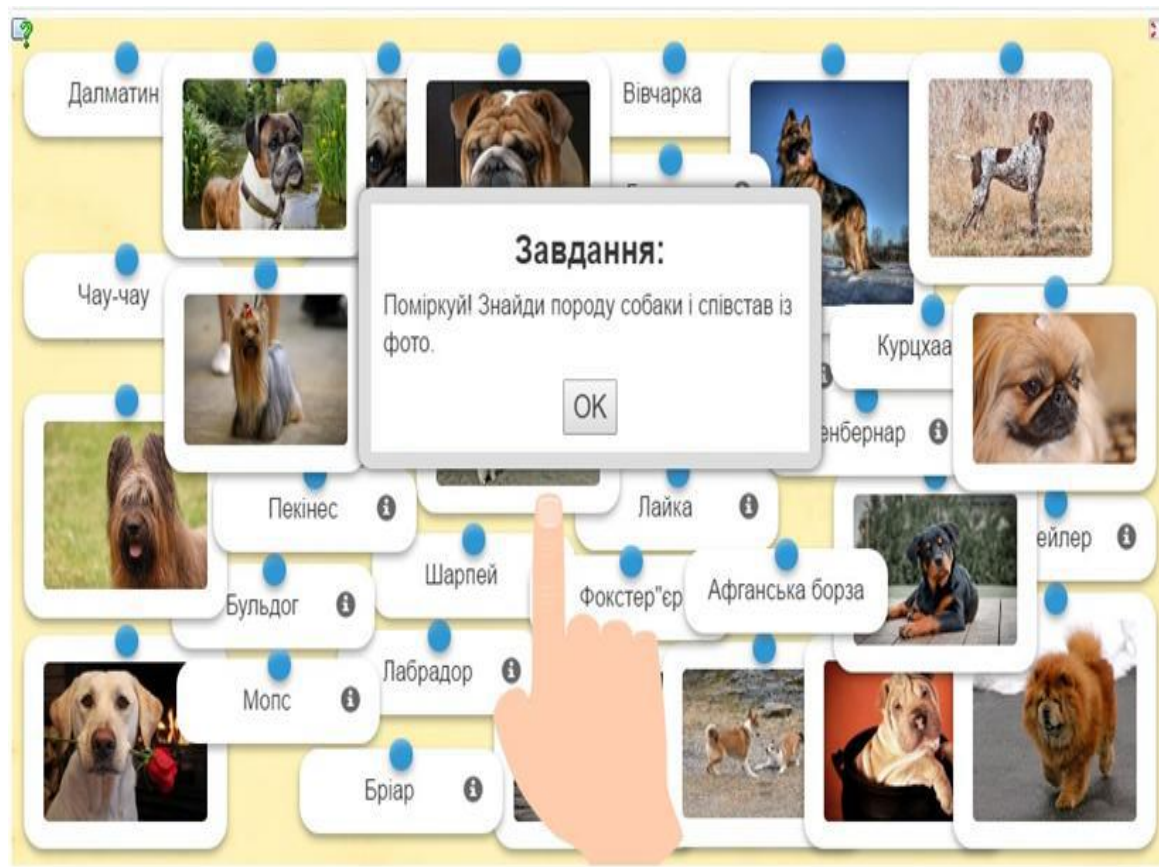
– До чого це призведе?

Якщо зникнуть усі тварини, буде порушена циклічність природи, і можуть зникнути люди. Так як тварини є одною з основних ланок в природному середовищі. Усе в природі взаємопов'язане!

– Який найбільший ворог тварин у сучасному світі?

6. Онлайн гра

Джерело: <http://learningapps.org/display?v=pq3bqafxj16>



– Поміркуйте, що це значить

7. Робота в парах:

Підберіть означення до слів:

Лапи — довгі, короткі, криві, рівні;

хвіст — довгий, короткий, куций, пухнастий, прямий;

вуха — довгі, висячі, настовбурчені, гострі, великі, маленькі, чутливі;









морда — загострена, коротка, тупа, приплюснута, прямокутна, видовжена, кругла;

очі — чорні, карі, зелені, сірі, темні, грайливі, блискучі, злі, сумні, веселі;

тулуб — довгий, маленький, великий, витягнутий;

шерсть — довга, коротка, густа, гладенька, пряма, кучерява, блискуча, м'яка, пухнаста, шовковиста.

8. Складання усного твору-порівняння (Замість слів вставлені картинки).

Вівчарка – це вірний і надійний друг людини.
 Цей пес  (великий),  (сильний). Він має шерсть  (руду),
 (гладеньку, довгу). У нього  (витягнута широка) морда.
 Песик дивиться на нас  (добрими, лагідними),  (розумними)
 очима. На голові у нього великі,  (чутливі) вуха.

– Що ще треба додати для того, щоб це було оголошення?

Обов'язково вкажіть в своєму оголошенні місце, де пропала собака, номер телефону, своє ім'я, адресу та як ви любите і сумуєте за ним.

Оголошення

20 листопада 2016 року в м.Лебедин біля АТБ пропала собака. Вівчарка – пес великий, сильний. Він має шерсть руду, гладеньку, довгу. У нього витягнута широка морда. Песик дивиться на нас добрими, лагідними, розумними очима. На голові у нього великі, чутливі вуха. Відзивається на кличку Рекс.

Допоможіть знайти! Ми дуже за ним сумуємо.

Буду вдячна всім, хто повідомить про нашого чотирилапого друга!

Мій телефон XXXXXXXXXXXX

Оксанка

Головне правило – пишіть оголошення у вже існуючих спільнотах, які збігаються з темою вашого оголошення.

Майданчик, де ви збираєтеся опублікувати своє оголошення, повинен бути тематичним. Іншими словами його повинні відвідувати люди, які зацікавляться вашим оголошенням.

Тема. Написання замітки до газети на тему «Шкільне життя»

Мета: навчати учнів добирати матеріал та писати замітки до газети; формувати вміння удосконалювати власні висловлювання, доречно вживати слова чи речення відповідно до теми і мети, простежувати послідовність викладу; збагачувати словниковий запас учнів; розвивати увагу, пам'ять, мислення, вміння формувати думку; виховувати любов і повагу до слова, потребу читати газети і журнали.

Хід уроку

I. Організація класу.

II. Мотивація навчальної діяльності.

1. Вступне слово вчителя

Шановні друзі! Ми живемо в ХХІ столітті, яке осучаснило наше життя різноманітною відеотехнікою, аудіоапаратурою, комп'ютерами. Можливо тому останніми роками не виправдано зменшився інтерес батьків, дітей до газет і журналів для наймолодших.

Але зміна пріоритетів мовної освіти вимагає від дорослих, та часто й від самих вихованців добору сучасних цікавих художньо- та науково-пізнавальних творів, які б відповідали таким критеріям: невеличкий обсяг, динамічність розвитку описаних подій, прозорість, доступність лексики, майстерність художнього оформлення. У пошуках такого матеріалу суттєву допомогу нададуть саме дитячі видання. А їх чимало!

2. Довідкове бюро «Поштарик».

Поштарочка:

Багато цікавих газет і журналів

Створили нам люди

Вони працювали на фабриках деревопереробних

І на підприємствах паперообробних,

І у типографіях за станком,

І за письмовим творили столом.

Поштарик:

А щоб у газетній статті чи журналі
Були повідомлення завжди цікаві,
Із різних куточків всієї планети
Шлють повідомлення кореспонденти
Ідуть журналісти на різні прийоми,
Беруть інтерв'ю в науковців відомих,
На прес-конференціях завжди бувають,
Робити дослідження допомагають.

Поштарочка:

А потім над зібраним матеріалом
В редакції дружно усі працювали:
Коректор, верстальник і журналіст,
Редактор, художник і поліграфіст.
Зусилля ці люди на те прямували,
Щоб діти свій розум і хист розвивали.

3. Гра «Складалочка».

– Відтворіть шлях «Як до нас прийшла книга?»



4. Група «Рекламні агенти».

1-й учень:

Дитячі журнали й газети на острові цім.
Вони як дарунок приходять в наш дім.
Розкажуть доступно, дотепно, цікаво.
Про світ цей мінливий, барвистий, яскравий.

2-й учень:

Ось регіональна газета «Долоньки»
Цікава для сина, цікава для доньки.

3-й учень:

Приходить до дітей «Пізнайко».
Великий витівник, всезнайко.
Є в нім сценарії до свят,
І комікси є для малят.
Є історичні оповідки,
Є, навіть давньогрецькі міфи,
Є пластилінова країна
Для вправних рук і рук умілих.

4-й учень:

Нова і цікава газета малечі
З чудовою назвою - «Казковий вечір».
Газета дитячі портрети друкує,
З казками знайомить, поради дарує.
Приходить щотижня вона до господи
Є ігри у ній, є цікаві пригоди.

5-й учень:

«Весела перерва» й «Веселі уроки»
Не завдадуть читачам замороки.
Вас щиро смішитимуть жарти й приколи,
Які з школярами бувають у школі.

III. Повідомлення теми і мети уроку.

Тема наша непроста, та для вас цікава,
 Будуть в ній слова, буде і забава.
 І в скарбничку мовну, поки вивчим тему,
 Мовних скарбів пребагато ми з вами зберемо.
 Будуть знання й уміння, правила й завдання,
 Думки вашої творіння і оповідання,
 І пісні й загадки ваші, й власна ваша казка.
 Тему нашого уроку послухайте, будь-ласка.

– Сьогодні на уроці ми будемо вчитися писати інформаційну статтю зі шкільного життя.

Учитель: Перед вами – різноманітні газети і вирізки з них. Уважно перегляньте їх. На кожній сторінці вміщено замітки. Такі самі замітки можна написати і в шкільній газеті. Прочитайте одну з них.

1. Гра «Мікрофон».

Журналісти беруть інтерв'ю в 2-3 учнів

– Про що розповідається в замітці?

– Хто її автор?

– Як ви гадаєте, з якою метою автор написав цю статтю?

– Чи цікавою для вас була інформація, яку ви отримали з цієї статті?

– Кожен з вас також може бути автором.

2. Хвилинка ерудита. «Мозковий штурм».

– Як ви можете пояснити значення слова «замітка».

Замітка – це невеличке оповідання, присвячене якомусь конкретному факту, позитивному чи негативному. Від звичайного твору вона відрізняється стислістю, влучністю мови, а також тим, що в ній завжди більш гостро ставиться проблема, нерідко міститься заклик, звернення до читача, порад а... Також у газеті може бути вміщена так звана замітка-хроніка, в якій просто повідомляється про якусь подію чи подаються якісь

відомості. Замітка має порушувати таке питання, яке може зацікавити всіх і викликати відгуки, обговорення.

– Яке її призначення?

Призначення замітки – повідомити якусь подію, яка нещодавно відбулася.

– Яка мета замітки?

Мета замітки – інформувати про факт, донести його до відома читачів.

– Якою може бути тема замітки?

Тема замітки може бути різноманітною.

Словник: інформація - повідомлення,

Редактор - це той, хто редагує текст.

3. Сюжетно-рольова гра. Інсценування

Незнайко:

«Не знаю» - слово є таке,

І серце не лоскоче...

Не чарівне, зате легке!

«Не знаю і не хочу!»

Не знаю - як, не знаю - де,

Нічого я не знаю.

Від чого дощ і сніг іде

- Я й знати не бажаю.

Ну, все одно ж не може знать

Всього одна людина.

То нащо голову ламать

Повинна ще й дитина?

Дівчинка: Бідна дитина. А що це у тебе в руках?

Незнайко: Та ось примусили написати на урок роботу. Я й написав.

Дівчинка: А що ж ти написав? Покажи!

Незнайко: Не знаю. Щось написав. На, дивися.

Дівчинка: Ой, що ж це ти написав, ти хоч знаєш?

Незнайко: Не знаю,

Дівчинка: Ой, горечко ти наше! Давайте допоможемо виправити помилки, бо ж цього учня і кури засміють!

1. Робота в групах.

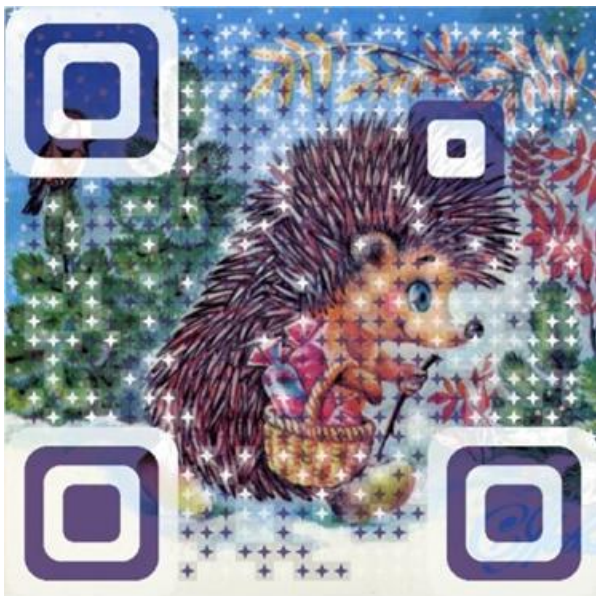
Редагування тексту. Завдання закодоване в QR – коді.

Їжачок

Настала зима. Тепло й затишно їжачкові.

Знайшов він собі кімнату у дуплі старої липи. Ось настала осінь. Падає жовте листя з дерев. Почав готуватись їжачок до зими. Пішов до лісу, наколов на свої голочки сухого листя. Приніс до своєї кімнатки. Розіслав листя, стало ще тепліше.

У лісі жив їжачок.



Зайчик

Зайчик зупинився на галявинці. Зайчик злякано прислухається до шелестіння дерев. Лячно.

Мак

В полі розквітли великі червоні квіти. Поле стало схожим на великий чудовий килим. Вони схожі на велике полум'я. Це розквітли польові маки.



V. Опрацювання складових частин замітки, пам'ятки «Як писати замітку до газети».

Складові частини замітки

1. Заголовок
2. Виклад справи
3. Висновок
4. Підпис дописувача


Пам'ятка «Як писати замітку до шкільної газети»


1. Добери до замітки тему.
2. Добери цікаві факти, перевір їх.
3. Подумай послідовність викладу матеріалу (план).
4. Пиши грамотно, чисто, дотримуйся абзаців.
5. Уважно прочитай написане, виправ помилки, постав дату і підпиши замітку.

VI. Самостійне складання учнями замітки до газети на запропоновані теми. Робота в групах.

VII. Презентація робіт


Скріншот чату на одному з британських сайтів

5,172 online now | 270,673 members | Newsletters | Log in or Join now | News | Real Estate | Cars | Jobs | Dating | Newsletters | Essential Baby | Trading Room | Weatherzone | 



[Home](#) | [News](#) | [Conception](#) | [Pregnancy](#) | [Birth](#) | [Baby](#) | [Toddler](#) | [Lifestyle](#) | [Just For You](#) | [Forums](#)

Essential Baby > General > What Do You Think? [LOGIN](#)



Navigation

Welcome Guest
(Sign In | Create Account)

Quick links

Quick Navigation


Quick Navigation

Search

Help

Forum links

- Blogs
- Today's active topics
- Moderating team
- Today's top 20
- Content You Follow
- Ovulation Calculator
- Due Date Calculator
- Newsletter Subscriptions
- Rules

Bring your own Device in Primary school?  #1

Started by rob6712col, Nov 02 2015 09:55 AM

Page 1 of 2 | [1](#) | [2](#) | [Next](#)

Please log in to reply

28 replies to this topic

rob6712col #1

Posted 02 November 2015 - 09:55 AM

Our school is looking at bringing in "Bring your Own Device" to school and I was hoping to hear from others whose primary school has already done this and their opinion on if it works or not.

I am interested in whether the school assisted in some way to purchase the ipad or laptop for each child and whether they have to take it each day and bring it home or if it stays at school. Also if the school takes any responsibility for the device whilst at school or is it the sole responsibility of the child. And lastly if the children use it every day and what for?

I know once my 3 kids start high school I need to buy their own laptop but I also know if I buy them now I will need to upgrade them when they do go to high school. 3 ipads or 3 laptops is not going to be cheap!

Anything else I have forgotten about please let me know.

(also posted in other forum for more traffic)

TIA

Posted 02 November 2015 - 09:59 AM

Our school has school iPads that the children borrow and use. I don't think we need each child to have their own. I think primary school children are too young for this responsibility. They could easily be lost, stolen or broken by the child, or their classmates.

Does the syllabus really need them? Surely, primary school children are learning in so many ways, that the iPad will be under-utilised?

lazycritter #3

Posted 02 November 2015 - 10:05 AM

Our school is like Bob's.

They supply ipads and chrome books for the appropriate subjects.

We would have a huge problem if we were told to bring our own. Three kids with ipads? I think not.

Many of the families at our school would struggle to purchase these.


Our school manages just fine without every kid having their own device.

Plus I would be furious being made to purchase an ipad which is unnecessarily expensive for what it is.

Not only do my friends in a different suburb and school have to buy ipads, they had to be the latest specs. Plus my friend's eldest has been


The 24 baby names on the verge of extinction this year

If you're on the hunt for the perfect baby name and don't want a chart-topper like Oliver or Olivia, then do we have the list



Prev | Next

Advertisement



ART & PRINTS

THE Store

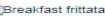
Top 5 Articles

[Essential Baby](#) | [Essential Kids](#)

When your unborn twin is your children's mother

Advertisement

Recipe Ideas

 Breakfast frittata