

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**Факультет педагогіки, психології та соціальної роботи
Кафедра педагогіки та методики початкової освіти**

**Особливості формування медійної
грамотності молодших школярів**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:

студентка 2 курсу, 610 групи
Магура Альбіна Дмитрівна

Керівник:

кандидат педагогічних наук,
доцент **Шульга А.В.**

*До захисту допущено
на засіданні кафедри
протокол № 4 від 12 листопада 2024 р
Зав. кафедрою _____ проф. Романюк С.З.*

Чернівці – 2024

АНОТАЦІЯ

Магура А.Д. Особливості формування медійної грамотності молодших школярів. – Рукопис. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 013 Початкова освіта. – Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. Чернівці, 2024. – 90 с.

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні аспекти формування медійної грамотності молодших школярів. Описано сутність поняття «медійна грамотність», охарактеризовано зміст і виділено структурні компоненти. Визначено основні нормативні документи, що регулюють систему початкової освіти, та розкрито їхні аспекти, пов'язані з медійною грамотністю. Проаналізовано зміст підручників на наявність елементів медійної грамотності. Доведено потребу вдосконалення процесу формування медійної грамотності на основі констатувального дослідження. Обґрунтовано організаційно-педагогічні умови: врахування психолого-педагогічних аспектів, використання медіазасобів і інтерактивних завдань, застосування вправ і ігор.

Ключові слова: *медіа, грамотність, медійна грамотність, медіазасоби, медіаінформація.*

ABSTRACT

Magura A.D. Features of formation of media literacy of younger schoolchildren. - Manuscript. Master's thesis for obtaining a master's degree in specialty 013 Primary education. - Chernivtsi National University named after Yury Fedkovich. Chernivtsi, 2024. – 90 p.

The qualification paper examines the theoretical aspects of developing media literacy in young students. The concept of “media literacy” is defined, and its content and structural components are described. Key regulatory documents governing primary education are identified, and their relevance to media literacy is outlined. Textbooks are analyzed for elements of media literacy. A need for improving the media literacy formation process is established based on a diagnostic study. Organizational and pedagogical conditions are justified, including consideration of psychological and pedagogical aspects, the use of media tools and interactive tasks, and the implementation of exercises and games.

Keywords: *media, literacy, media literacy, media means, media information.*

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ А.Д.Магура

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ.....	8
1.1.Сутність поняття «медійна грамотність молодших школярів»	8
1.2.Характеристика структурних компонентів медійної грамотності молодших школярів	18
1.3.Аналіз нормативних документів та навчальних підручників щодо формування медійної грамотності молодших школярів	27
Висновки до першого розділу.....	35
РОЗДІЛ 2.ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ.....	36
2.1. Констатувальне дослідження стану формування медійної грамотності молодших школярів у початковій школі	36
2.2. Врахування основних психолого-педагогічних аспектів формування медійної грамотності молодших школярів.....	44
2.3. Використання медіазасобів та інтерактивних завдань для формування медійної грамотності молодших школярів.....	55
2.4. Застосування вправ та ігор для формування медійної грамотності молодших школярів	63
Висновки до розділу 2	70
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	74
ДОДАТКИ.....	80

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. На сучасному етапі розвитку педагогіки актуальною є тема реформування системи освіти відповідно до суспільного контексту. З цією метою запроваджено Концепцію «Нова українська школа», яка має на меті розвинути систему освіти відповідно до загальноєвропейського, конкурентоспроможного та економічно незалежного рівня. Вона передбачає імплементацію змін, описаних у раніше прийнятому Законі України «Про освіту». Відповідно це зумовило розробку нових державних стандартів початкової загальної освіти, які передбачають виокремлення нових освітніх галузей та зміну цілей у кожній з них.

Сучасний технологічний розвиток інформаційних та медіа ресурсів зумовлює як соціальні зміни, так й освітні. Медіа ресурси все більше проникають у навчальне життя сучасних школярів. Тому перед освітою постають нові, сучасні виклики. Вона сьогодні має навчити молодших школярів орієнтуватися у світі медіа, вміти опрацьовувати різні медіапродукти, а також та застосовувати свої знання на практиці. Усе це сприяє розвитку медійної грамотності учнів.

У сучасних освітніх документах зустрічається поняття «інформаційно-цифрова компетентність», яке розуміється як здатність використовувати інформаційно-комунікаційні технології з для освітніх потреб. Поняття «медійна грамотність» охоплює коло медіа знань та медіа операцій, яким притаманні знання та сформовані уміння і навички роботи в медіапросторі, з медіа продуктами.

Стан дослідження проблеми. Проблема медійної грамотності досліджувалась, насамперед, зарубіжними науковцями зокрема: Д. Букінгем, К. Безеглетом, К. Тайнером та Дж. Поттером та ін. Загальні аспекти медіадидактики розкрили у своїх працях Г. Онковичем, О. Федоровим. Такі науковці як Г. Фрейман, В. Луговий, А. Овчарук, І. Тараненко та ін. працювали над вивченням проблеми формування медіаграмотності у середній та старшій школі.

Ряд зарубіжних науковців цікавилися вивченням засобів формування медіа грамотності школярів, зокрема такі як: А. Едьюкейшн, К. Леан, Ю. Кардоза, Т. Кларк та ін.

В сучасних українських дослідженнях існує не значний ряд праць присвячених розвитку медійної грамотності учнів: О. Муковіз, В. Мельничук, Т. Юнешова, С. Кость, О. Волошнюк, Д. Дзюба, С. Максименко. Т. Піроженко, Н. Пророк, М. Папуча та ін.

Однак, попри значну кількість наукових досліджень щодо окресленої нами проблеми вважаємо не достатньо розкрито проблему розвитку медійної грамотності здобувачів початкової освіти, що зумовило вибір теми наукової роботи: ***«Особливості формування медійної грамотності молодших школярів».***

Зв'язок роботи з науковою темою кафедри педагогіки та методики початкової освіти: «Теоретико-методологічні засади розвитку педагогічної освіти та професійної підготовки фахівців у контексті євроінтеграційних процесів.

Мета дослідження: здійснити теоретичний аналіз та описати організаційно-педагогічні умови формування медійної грамотності молодших школярів.

Для досягнення зазначеної мети нами поставлено такі **завдання дослідження:**

1. Розкрити сутність, зміст та структурні компоненти «медійної грамотності молодших школярів».
2. Проаналізувати нормативні документи та зміст навчальних підручників щодо формування медійної грамотності молодших школярів.
3. Провести констатувальне дослідження процесу формування медійної грамотності молодших школярів.
4. Описати організаційно-педагогічні умови формування медійної грамотності молодших школярів.

Об'єкт дослідження – формування медійної грамотності молодших школярів.

Предмет дослідження – обґрунтування організаційно-педагогічних умов формування медійної грамотності молодших школярів.

Методи дослідження. Під час написання наукової роботи ми використовували різноманітні методи науково-педагогічного дослідження. Зокрема:

- *теоретичні методи* – аналіз наукових джерел, синтез, узагальнення, систематизація і класифікація матеріалу, який розкриває окремі аспекти досліджуваної проблеми, формулювання висновків;

- *емпіричні методи* - опитування, анкетування, ранжування, застосовувалися для виявлення рівня сформованості медійної грамотності молодших школярів .

Теоретичне значення результатів дослідження полягає в аналізі сутності дефініцій «медіа», «грамотність», «медійна грамотність», «медіазасоби» та узагальнення поняття «медійна грамотність молодших школярів»; вивченні психолого-педагогічних аспектів формування медійної грамотності молодших школярів; розкритті змісту та структурних компонентів медійної грамотності молодших школярів; аналізі нормативних документів та змісту навчальних підручників щодо формування медійної грамотності молодших школярів.

Практичне значення результатів дослідження полягає у розробці діагностичного інструментарію для проведення констатувального дослідження процесу формування медійної грамотності молодших школярів; характеристиці організаційно-педагогічних умов формування медійної грамотності молодших школярів, які можуть бути враховані вчителями початкових класів в організації освітнього процесу та майбутніми педагогами під час проходження педагогічної практики в школі.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи: магістерська робота складається зі анотації українською та англійською мовами, вступу, двох

розділів, семи підрозділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел (68 найменувань) та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ

1.1. Сутність поняття «медійна грамотність молодших школярів»

Проблема формування медійної грамотності сьогодні набуває не аби якої значущості, адже сучасний світ переповнений інформацією, яка надходить з різних медіа джерел. Відповідно й відбувається активне впровадження медіа засобів та технологій в сферу освіти та навчання учнів починаючи із початкової школи.

Проблема медіа освіти та медійної грамотності розпочала своє дослідження зарубежем. Такі дослідники та медіапедагоги, як: Д. Букінгем, К. Тайнер, К. Безеглет та Дж. Поттер вивчали основи медійної грамотності, медійної освіти та їх впровадження в заклади освіти. Заслужують на увагу відомі медіадидакти: Г. Онкович, Л. Зазнобіна, О. Федоров. В. Луговий, І. Тараненко, Г. Фрейман, А. Овчарук тощо, які активно вивчали цю проблему в контексті впровадження освіти в середній та старшій школі.

Такі науковці як А. Едьюкейшн, Ю. Кардоза, К. Леан, Т. Кларк, Г. Феллон, Д. Джонсон, та досліджували засоби формування медійної компетентності та грамотності.

Аналіз наукових джерел дає підстави стверджувати, що сьогодні у науковому обігу не існує чіткого, єдиного розуміння поняття «медійна грамотність». Вчені по-різному тлумачать це поняття. Проте, у процесі вивчення різних джерел, розуміємо, що медійна грамотність - це комплексна характеристика певного явища, а сам термін складається з двох слів: «медіа» та «грамотність». Тому, вважаємо за необхідне проаналізувати значення кожної частини цього поняття.

Вивчаючи термін «*media*» бачимо, що інтерес до нього сягає своєї давнини. Адже, перші спроби визначити сутність цього явища були здійсненні ще в Стародавньому Єгипті (Срібняк, 2018, с. 3), однак чіткого розуміння і визначення ніхто так і не зробив.

Першими термін «медіа» розпочали використовувати та досліджувати Г. Інніс та Г.Маршалл Маклюен. В це поняття вони включали засоби масової інформації, зокрема радіо, пресу, телебачення, звукозапис тощо. На сучасному етапі науковці виокремлюють поняття «медіапростір», що включає в себе різні способи передачі інформації із зовнішнього світу (Срібняк, 2018, с.4). З розвитком суспільства, техніки це поняття продовжує розвиватися, розширюється та доповнюється. Так, адже сьогодні до медіапростору відносять все, що оточує людину, наприклад, написи, дорожні знаки та рекламу тощо.

Всі ми погодимось, що різноманітні медіа та ЗМІ сьогодні мають значний вплив на формування світогляду, світосприйняття кожної особистості та формування підростаючих поколінь зокрема. Сьогодні науковці виділяють деякі позитивні та негативні риси медіа та медіа-інформації. Так, до позитивної сторони відносять той факт, що люди можуть отримати інформацію про те, що відбувається на іншому кінці світу, за лічені хвилини. Сучасні медіа безумовно, є однією з ланок зв'язку між різними ланками суспільства, використовується як у повсякденному житті, так і у професійному. Саме тому, медіа розглядається як найбільший ресурс для здійснення освіти та самоосвіти і безумовно медіа використовують сьогодні у освітніх закладах. Учні можуть використовувати медіа-ресурси для отримання знань та формування чи вироблення певних навичок. До недоліків медіа відноситься те, що перш за все, важко перевірити достовірність інформації. Суспільство часто стикаються з різного роду небажаною, а іноді й шкідливою медіаінформацією, яка негативно впливає на уявлення та ставлення до світу, не виключенням є й молодші школярі. Саме тому, сьогодні важливо формувати медіа грамотність, в першу чергу для того, щоб вберегти учнів від негативного впливу, від небажаного контенту та спрямувати до використання надійних медіа джерел та сприймати позитивну медіа інформацію.

Сьогодні різні інституцій, поняття «медіаграмотність» визнають як одну із найзатребуваніших навичок ХХІ століття. Звертаючись до різноманітних міжнародних документів, наукових варто узагальнити сутність ключового поняття – медіаграмотність та визначити основні його складові поняття такі, як: «медіа» та «грамотність».

Термін «медіа» – має іншомовне походження, в перекладі з латинської мови «medium» означає «засіб» (Онкович, 2007, с. 100).

З точки зору Б. Потятиника, дефініція «медіа» виступає синонімом до поняття «мас-медіа». Дослідник уживає це поняття для позначення окремого засобу який передає інформацію, саме тому мас-медіа виступає як сукупність медіумів, які об'єднують здебільшого газети, журнали, радіо, телебачення, книги, звукові записи на різних (магнітних чи цифрових) носіях тобто засоби які використовуються для донесення інформації до великої аудиторії. У працях не знаходимо чіткого розмежування між масовою та особистісною комунікацією, саме тому є потреба їх розмежувати (Потятиник, 2014, с. 8).

Прогрес в розвитку інформаційних технологій сприяє переосмисленню розуміння та зростання ролі технологічного інструментарію. Внаслідок цього відбулося розмежування термінів «традиційних медій» та «нових медій», яке здійснили відповідно до огляду на розвиток технології.

Аналізуючи словник Нью-Йоркського видавництва з медіакommunікацій там дано таке визначення: «Медіа (media) – будь-які засоби передачі інформації. Різні форми, девайси та системи, що представляють масові комунікації як єдине ціле, зокрема й газети, журнали, радіостанції, телеканали та веб-сайти» (Danesi, 2009, с. 192).

Якщо узагальнити підходи до роз'яснення поняття «медіа» то К. Горською зазначено, що поняття «медіа» вказує на приналежність контенту до певного медіасередовища, що відокремлює його від контенту будь-яких інших сфер, інших повідомлень вербальної та невербальної комунікації.

Термін «медіа» також часто вживається у науковій літературі у розумінні значення середовища чи простору, в якому здійснюється побутування, розвиток, формування та трансляція контенту. З іншої точки зору, медіа є тим каналом який здійснює передачу повідомлень засобами масової інформації, саме тому сьогодні медіа виступає є водночас каналом, інструментом та середовищем (Горська, 2016. с. 47). Як бачимо, «медіа» часто використовується для позначення соціального інституту, тобто засобів передачі масової інформації.

Наукові джерела поняття медіа розглядають у значенні засобів масової комунікації та розуміють як засіб утворення, запису, тиражування, копіювання, зберігання чи поширення інформації та обміну її між конкретним автором та загальною масовою аудиторією.

Поняття медіа часто використовується в широкому сенсі, охоплюючи як засоби навчання, наукове забезпечення, так і засоби масової інформації. Так, медіа - це об'єкти, пристрої та матеріали, які передають певну інформацію за допомогою слів, зображень і звуків та уможливають певні інтелектуальні та ручні дії (Литвин, 2009, с. 9). Вважається, що медіа - це засоби (масової) комунікації, створення, фіксації, копіювання, відтворення, зберігання, розповсюдження та сприйняття інформації та технічні засоби обміну між суб'єктом (творцем медіатексту) та об'єктом (масовою аудиторією) (Литвин, 2009, с. 15.).

Сьогодні існують різноманітні критерії щодо класифікації медіа (Онкович, 2007, с. 104). Розглянемо їх:

- за активністю аналізатора (візуального: малюнок, креслення, друк, комп'ютерна графіка), (аудіо: шум, пісня, звукозапис), (аудіовізуальні: відео, кіно, телебачення, ролики в Інтернеті);
- за типом ЗМІ (радіо, телебачення, комп'ютерні мережі тощо);
- через канали сприйняття (аудіо, відео, текст, графіка тощо);
- відповідно до місця використання (домашні, робочі, індивідуальні, групові тощо.);

- відповідно до змісту інформації, медіа бувають спрямовані на реалізацію різних напрямів: ідейно-політичного, морально-виховного, навчально-пізнавального, естетичного, екологічного, економічного, та ін.;

- за функціями реалізації й застосування (медіа , які сприяють отриманню інформації, медіа для навчання, медіа з метою спілкування, для рішення різних задач, проблем, з метою розваг, чи медіа для здійснення соціального управління тощо);

- відповідно до здійснення впливу на особистість (з метою розвитку світогляду, для самопізнання, з метою здійснення самовиховання чи самоосвіти, використання медіа для самоствердження чи професійного самовизначення, медіа, які сприяють соціалізації).

Варто зазначити, що всі види медіа здійснюють передачу інформації шляхом використання медіа текстів, а саме: повідомлень, які викладені в будь-якому вигляді та жанрі медіа.

Медіа-комунікація здійснює той чи інший медіа-вплив у наступних сферах: освіті, вихованні, підвищенні обізнаності, формуванні поведінки, цінностей, забезпечують зворотній зв'язок та поширюють інформацію.

Слід наголосити на тому, що сьогодні медіа технології служать досить дієвим засобом для розширення знань, формування цінностей, накопичення досвіду, вироблення практичних навичок, розвитку критичного мислення, формування всіх необхідних умінь, та найважливіше – формування ммедійної грамотності молодших школярів.

Тепер, вважаємо за необхідність проаналізувати поняття «грамотність». Так, академічний тлумачний словник української мови під цим поняттям позначає особистість, яка: «вміє читати й писати; вміє граматично правильно писати; володіє необхідними відомостями з певної галузі, знаннями в певній галузі, справі» (Доценко, Юрчук, 1971, с. 156).

Впродовж останніх 50-ти років погляди науковців щодо поняття «грамотність» постійно змінювались. Перше визначення розуміння поняття грамотності, яке здійснене у середині ХХ ст. було дещо обмеженим, його

тракували як: «набір єдності навичок читання, писання, що можна використовувати в соціальних контекстах» (Gray, Rogers, 1996, p.14). Наприкінці ХХ ст. це поняття починають розуміти як: «здатність розуміти та використовувати різні типи інформації у побутовому, професійному та громадському житті, можливість бути учасником економічного, культурного, політичного життя суспільства, як умова соціального та культурного розвитку суспільства» (Literacy for tomorrow, 2023).

Пізніше поняття «грамотність» починають розуміти як: «активний розумовий процес, який включає здатність аналізувати, розглядати та розуміти різні види інформації, а також використовувати її для власних цілей» (Муковіз, Мельничук, 2023, с. 111).

Сьогодні науковці стверджують, що грамотність це: «здатність виявляти, розуміти, інтерпретувати, створювати інформацію, комунікувати й робити прогнози, використовуючи друковані та письмові матеріали, пов'язані з різними контекстами. Вона включає навчання досягати своїх цілей, розвивати знання й потенціал у повній мірі для того, щоб брати участь у житті суспільства» (Richmond, Robinson, 2008, с. 7).

Сучасна наука та практика у світі все рідше використовує поняття «грамотність» як окреме видове поняття. А багато науковців розглядають такі поняття як:

- «елементарна грамотність», тобто, вміння використовувати загальні методи пізнавальної діяльності з метою досягнення поставлених завдань та визначених цілей власної діяльності);
- «функціональна грамотність» розглядається як вміння вирішувати звичайні життєві завдання в різних життєвих сферах на базі використання прикладних знань, велику роль тут відіграє особливо вміння діяти відповідно до алгоритмів).

Таким чином, у сучасному розуміння поняття грамотність – це: «не лише освітня компетентність, а й набір знань, умінь і навичок, не лише вміння читати й писати, а й уміння розуміти, аналізувати, створювати та

передавати інформацію (усно, письмово, електронно, віртуально), робити прогнози» (Муковіз, Мельничук, 2023, с. 120).

Більш ширшим терміном сьогодні є функціональна грамотність, яка розкриває здатність особистості робити корисний вибір у повсякденному житті, в різних соціальних чи професійних ситуаціях.

Значна увага у наукових дослідженнях сьогодні приділяється поняттю «медіаграмотність» або «медійна грамотність», яке певний ряд науковців розуміє як складову інформаційної грамотності, а інші дослідники наголошують на протилежності цих понять. В цілому вважається, що поняття «медіаграмотність» є похідним від понять: «критичне бачення» та «візуальна грамотність», саме тому у довідкових джерелах зустрічаються ще й такі поняття як: «технологічна грамотність», «інформаційна грамотність», «комп'ютерна грамотність», тощо, які в науковому обігу є досить близькими або дотичними.

Автором Д. Консидайном визначаються терміни «медіаграмотність» й «медіаосвіта» які автор використовує паралельно, однак перше визначення є більш зрозумілішим для широкого загалу аудиторії. Поняттям «медіаосвіта» здебільшого тлумачать як опанування учнями системою знань про медіа та їх використання. Тоді як значна частина науковців стверджує, що частиною медіаосвіти є саме медіаграмотність.

Більш ширшим визначення медіаграмотності, подано у новій редакції Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, а саме: «Медіаграмотність – складова медіакультури, яка торкається вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе та спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати та критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи й типи контролю, які вони культивують» (Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, 2023).

Аналіз як української так й зарубіжної літератури в якій окреслюються проблеми медійної грамотності, дає підстави стверджувати, що медійна грамотність – це певний рівень медіакультури, який торкається уміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе та спілкуватися за допомогою використання засобами масової інформації, усвідомлено сприймати інформацію, критично інтерпретувати її та відрізняти реальність від її реальності, яка сконструйована засобами масової інформації

Медійну грамотність молодших школярів розуміють як вміння створювати та аналізувати найпростіші медіапродукти шляхом використання різних медіа-засобів, методів отримання та передачі інформації з метою виховання ціннісних орієнтацій, здатність дотримуватися культури медіаспоживання, вміння розпізнавати елементи критичного мислення.

Сучасні новітні медіа, посідають важливе місце в освітній сфері учнів. Молодші школярі сьогодні мають можливість легко і швидко за допомогою медійних засобів пізнавати світ шляхом використання різних медіа джерел. Застосування медіа сьогодні для багатьох учнів замінює традиційне джерело здобуття інформації, освіти та соціалізації і стає справжнім «підручником життя». Варто наголосити, що молодшим школярам іноді притаманне бездумне засвоєння інформації, яке транслюється з екранів гаджетів чи телевізорів. Досить часто, понурюючись у пізнання віртуального світу, молодші школярі навіть не замислюються який контент вони сприймають. Саме тому нова українська школа досить часто зустрічається з проблемами, які спрямовані на пробудження інтересу молодших школярів до активної навчально-пізнавальної інформації з точки зору освітнього середовища. Такі умови є, з одного боку, виступають поштовхом для застосування медіа-засобів в початковій школі, а з іншого боку є важливою необхідністю для організації навчання з щодо застосування учнями медіа-засобів та медіа-інформації. Навчання з використанням медіа продуктів робить його значно цікавішим для молодших школярів.

Медійна грамотність формується в умовах шкільного навчання, під час вивчення різних предметів: математики, сходинок до інформатики, воно може формуватися та використовуватись на українській мові, літературному читанні, мистецтві тощо.

Дотичними поняттями до медійної грамотності є медіа-засоби. Які згадувались нами вище.

Для науковців та методистів медіа становлять інтерес не лише як джерело інформації, а й як навчальний інструмент, що допомагає розвивати навички пізнавальної, дослідницької та творчої діяльності, вміння критично мислити, створювати власні медіапродукти та вивчати іноземні мови. Дослідники розглядають медіа через призму власних наукових уподобань.

Українська дослідниця медіа Г. Онкович розробила соціально-педагогічну класифікацію медіа-засобів навчання. Виділено:

- основні види медіа (преса, радіо, кіно, телебачення, відео, комп'ютерні мережі тощо);
- канали сприйняття (аудіо-, відео-, аудіовізуальні, символічні - письмові, графічні);
- місця використання (індивідуальні, групові, масові, домашні, на робочому місці, в транспорті тощо);
- інформаційний зміст, спрямованість соціалізації (ідеологічна, політична моральний, виховний, пізнавальний/освітній, естетичний, екологічний, економічний);
- функція/ціль використання (доступ до інформації, освіта, спілкування, вирішення проблем, розвага, соціальний контроль);
- наслідки впливу на особистість (розвиток світогляду, самосвідомості, самовиховання, самонавчання, самоствердження, самовизначення, державне регулювання, соціалізація) (Онкович, 2011).

Сьогодні запропоновано класифікацію медіа як засобів освітнього процесу:

- інструменти, за допомогою яких традиційне навчання здійснюється особливим чином (насамперед, це стосується сфери обробки текстів, наприклад, створення повідомлень, звітів, мультимедійних презентацій тощо);

- засоби комунікації (завдяки підключенню комп'ютерів до локальних або всесвітніх мереж, часто у вигляді електронної пошти або відеоконференцій, діти та вчителі можуть спілкуватися через кордони та відстані);

- засоби моделювання реальності інструменти (електронні медіа відкривають штучні світи всередині предмета у вигляді віртуальних екскурсій до музеїв). Ці категорії медіа допомагають зрозуміти цілі організації освітнього процесу у початковій школі з використанням медіа та цілі, які можна ефективно досягти за допомогою медіа.

Цікавою є така класифікація медійних засобів навчання здійснена Л. Петрик: візуальні (все, що пов'язано з друком, картинками та зображеннями); аудіальні (звук) та аудіовізуальні (кіно, телебачення та відео) (Петрик, 2015, с.143). Такий поділ медіа, на гашу думку, допомагає швидко зорієнтуватися вчителю у виборі медіа для досягнення освітньої мети в початковій школі.

Знання того, як використовувати медіа для ефективного освітнього процесу, стає все більш важливим. Сьогодні у наукових джерелах зазначаються такі можливості використання медіа-засобів:

- можливість використання автентичних засобів (телевізор, відео- та аудіоплеєри);

- використання інноваційних засобів (mp3-плеєри, інтернет-планшети, 3D-технології) як засобу доступу до автентичного навчального матеріалу, що дозволяє краще контролювати інформацію.

- як засіб комунікації між «людиною і штучним інтелектом», для забезпечення гнучкості інформації;

- як засіб спілкування з носіями мови за допомогою електронної пошти, чату, аудіо/відео конференцій тощо, тренування вимови та аудіювання (системи генерації та розпізнавання мовлення);

- як засіб контролю та виправлення помилок (Іць, 2013, с. 18-19).

Отже, формування основ медійної грамотності учнів початкових класів сьогодні є досить актуальною потребою часу та вимогою сьогодення. Однак, перед вчителями постає гостра потреба впровадження елементів медіа-освіти та формування медійної грамотності молодших школярів. В першу чергу для захисту молодших школярів від шкідливого впливу медіа, для цього учням слід отримати необхідні знання та розвинути навички критичного сприйняття медійної інформації та вміти аналізувати медійні повідомлення. Також, це важливо для залучення молодших школярів до життя в суспільстві та самореалізації шляхом створення власних якісних медіа продуктів.

1.2.Характеристика структурних компонентів медійної грамотності молодших школярів

З метою ширшого розуміння сутності поняття «медійна грамотність молодших школярів» вважаємо за необхідне здійснити структурно-змістовий аналіз цього явища, визначити його складові та проаналізувати їх зміст.

Термін «структура» у тлумачному словнику пояснюється як: «взаємозв'язок елементів єдиного цілого; побудова та взаємне розміщення окремих частин одного цілого» (Бусел, 2009). Під дефініцією «зміст» розуміється: «те, про що говориться, про що саме розповідається де-небудь, те про що описується чи тещо зображується; це суть, певна внутрішня особливість чого-небудь; властивості чи характерні риси, що відрізняють дане явище від подібних йому явищ чи предметів» (Бусел, 2009).

Аналіз наукових джерел свідчить, що науковці мають різні погляди на структуру медійної грамотності. Так, зарубіжний науковець С. Ауфенангер та інші німецькі дослідники розглядають такі складові медійної грамотності:

- когнітивний компонент, який включає знання, розуміння та аналіз медіа та інформації, що в них подається етичний вимір, який полягає в тому, що медіаконтент і медіапродукція повинні враховувати очікуваний вплив на особистість;

- соціальний структурний компонент, який включає вплив медіа на різні соціальні групи в суспільстві;

- дієвий компонент, який включає комунікативні функції медіа;

- активний компонент, який включає здатність використовувати медіа у власних цілях (Aufenanger, 2010, с. 113).

Автор наукових праць з проблем медіакомпетентності С. Шумаєва виокремлює наступні компоненти медійної грамотності:

- мотиваційний, він включає певні причини взаємодії унів з медіатекстами;

- контактний, полягає у тому, що містить накопичений досвід взаємодії з медіатекстами;

- інформаційний – полягає в розумінні сутності медіа та обізнаності в різних видах медіаматеріалу;

- інтерпретаційний, який включає вміння учня аналізувати функціонування тих чи інших медіа в суспільстві та розрізняє жанри і види медіапродуктів, опираючись на певний рівень розвитку медіа компетентності та критичного мислення;

- практико-операційний, сутність якого полягає у здійсненні різноманітної роботи з медійною інформацією;

- креативний компонент, який передбачає прояв інноваційної в процесі створення власних медіапродуктів (Шумаєва, 2014, с. 98).

Аналіз наведених класифікацій складових медійної грамотності показує, що різні науковці по-різному їх визначають. Наприклад, С.Шумаєва не розрізняє моральну та соціальну складові етичного змісту медіа. Натомість С. Ауфенангер відносить інтерпретацію та аналіз медіатекстів до когнітивної складової, не розділяючи їх. Обидва науковці виходять з того, що

медіа мають виконувати комунікативну функцію, але різні дослідники називають її по-різному. Наприклад, О. Федоров називає цей елемент «контактним», а С. Ауфенангер – «дієвим».

Таким чином, можна побачити, що науковці по-різному визначають структуру медіакомпетентності. Деякі конструкти є схожими, а інші - досить відмінними. А. Коцурба узагальнила погляди дослідників та виокремила такі складові медійної грамотності:

- інформаційно-пізнавальний структурний компонент який включає в себе знання та уявлення термінології, теорії й історії медійної культури та грамотності;
- критичний структурний компонент представлений вміннями здійснювати аналіз та інтерпретацію, аналітично мислити, читати медіа тексти, вести різні дискусії щодо них, включає самоконтроль та вміння здійснювати самокорекцію як споживача та створювача медіа, також цей компонент включає критичне використання мережі Інтернет;
- мотиваційний структурний компонент медійної грамотності полягає у стійкій мотивації учня до ефективного користування медіапростором;
- морально-соціальний структурний компонент спрямований на розгляд медіа в етичному контексті, тобто медійний зміст та виробництво медіа матеріалу повинно здійснюватись враховуючи передбачувані впливи на учнів;
- контактний компонент забезпечує реалізацію комунікативної функції у процесі користування медіа простором;
- діяльнісний компонент медійної грамотності спрямований на реалізацію вміння самостійно здійснювати вибір медіа продуктів та використовувати їх реалізуючи власні цілі, здатність створювати медійні тексти, вміння саморозвиватися в медійній сфері (Куцурба, 2019, с. 114).

Р. Гоббс пропонує розділити медіаграмотність на чотири групи навичок, спираючись на загальноприйняте визначення медіаграмотності,

розроблене міжнародною групою експертів: доступ до медіатекстів, аналіз, оцінювання та створення (Hobbs, 2008, с. 16).

Т. Разводова у процесі розгляду структурних компонентів медійної грамотності опирається на Положення про характеристики ключових компетенцій, які можуть розглядатися як загальні критерії для визначення й оцінки їх структури та змісту. Виходячи з цього науковці у змісті компетентності виділяють чотири аспекти: мотиваційний аспект - готовність до прояву компетентності; когнітивний аспект - володіння знаннями про зміст компетентності; поведінковий аспект - досвід компетентності; ціннісно-смысловий аспект - ставлення до змісту компетенції та об'єкта її застосування. Їх реалізація відбувається за умови емоційного та добровільного коригування процесу і результату прояву компетентності (Разводова, 2020).

Знаходимо також виокремлення таких структурних елементів:

Мотиваційний елемент - підготовка до компетентності є, по-перше, усвідомлення молодшим школярем ролі та функцій сучасних медіа в суспільному та особистому житті в умовах мінливої соціальної реальності; по-друге, формування в учнів цілісного уявлення про себе в контексті сучасної медіакультури; по-третє, формування на основі усвідомлення власних комунікативних потреб та оновлення своїх інтелектуальних можливостей у процесі активного засвоєння людського досвіду, накопиченого у взаємодії з медіатекстами (Разводова, 2020).

Когнітивний компонент - це володіння знаннями про зміст компетентності. Когнітивний компонент медіаграмотності включає знання, згруповані відповідно до ключових понять медіаграмотності:

- знання про роль і функції медіа в сучасному світі; особливості та комунікаційні стратегії різних медіа; питання власності; економічні інтереси в медіа-індустрії; процес створення медіа-текстів (цілі, аудиторія, взаємодія з аудиторією та вплив на неї); медіа-ефекти;

- передбачає набуття знань з таких питань, як історико-культурний контекст створення та функціонування медіа, медіакультура в сучасному культурному просторі, медіа та ідеологія, медіа та формування ідентичності;
- знання типів і жанрів медіатекстів; тем і сюжетів медіатекстів; авторів і читачів медіатекстів; мовних, аудіальних, візуальних, графічних і мультимедійних засобів і способів передачі смислу та відчуттів; інтертекстуальних зв'язків; наявності або відсутності стереотипних уявлень, характер взаємодії з читачем;
- засвоєння знань з таких питань: зв'язок медіатекстів з реальним світом (реалізм і конструктивізм як способи репрезентації об'єктивної дійсності), авторська позиція, стереотипи в медіатекстах, конкретні соціальні категорії та групи членів суспільства репрезентація, медіарепрезентація і насильство, медіарепрезентація і культура споживання.

Поведінковий компонент - це сукупність умінь, які забезпечують адекватну взаємодію з медіатекстами в різних стандартних і нестандартних ситуаціях. Поведінковий компонент медіаграмотності включає такий базовий набір навичок:

- здатність отримувати інформацію з різних медіа-джерел: знаходити чи ідентифікувати та вживати заходів для отримання доступу до медіа-джерел;
- вміння аналізувати медіатексти, визначати тему, предмет, тип, жанр і цільову аудиторію медіатексту; визначати комунікативний намір автора та смислову домінанту медіатексту; визначати основні функції медіатексту; визначати лінгвістичні, аудіальні, візуальні, графічні та мультимедійні засоби та способи передачі смислу і відчуття; виявляти та аналізувати соціокультурні концепти, реалізовані в медіатексті; виявляти інтертекстуальні зв'язки; визначати наявність чи відсутність стереотипних уявлень; визначати

способи впливу на аудиторію; медіатексти. Дослідити соціальний, історичний, політичний, економічний та культурний контекст, в якому створюються та сприймаються тексти;

- здатність критично оцінювати зміст медіатекстів: інтерпретувати зміст медіатекстів крізь призму особистого досвіду на основі вже сформованих цінностей, відносин, світоглядних позицій та набутих знань; на основі аналізу соціокультурного контексту робити припущення про можливі результати, подальші події та логічні висновки з представленого робити припущення про логічне завершення ситуації; на основі аналізу соціального контексту оцінювати значущість і цінність медіатексту для реципієнта;
- здатність творчо перекодовувати інформацію при створенні нових медіатекстів: правильно визначати та оцінювати аудиторію та реципієнтів медіаповідомлень; використовувати мультимедійні засоби та методи для ефективною та креативною передачею смислів і відчуттів; враховувати особливості світогляду партнера по комунікації конструювати повідомлення з урахуванням особливостей світогляду партнера по комунікації.

Важливо, що перший набір навичок часто асоціюється з умінням користуватися різними джерелами інформації та технологічними засобами і визначається як медійна грамотність або, цифрова грамотність. Однак, незважаючи на перетин з іншими видами грамотності, очевидно, що ці навички слід розглядати як невід'ємну частину медіаграмотності. На практиці навички аналізу та критичного оцінювання, які є складовими другої та третьої груп навичок, часто об'єднують в одну. Однак важливо підкреслити, що аналітичні навички спрямовані на адекватне вилучення інформації зі сприйнятого тексту, тоді як оціночні - на формування особистісного смислу тексту та винесення критичних суджень про його зміст на основі особистого досвіду, системи цінностей та набутих знань.

Четверта група вмінь поведінкового компонента вже давно є предметом дискусій серед теоретиків і практиків медіаосвіти. Прихильники включення продукування медіатекстів до освітнього контенту вважають, що медіаграмотність не може бути сформована повноцінно, якщо учні не володіють навичками та вміннями продукування медіатекстів. Ми вважаємо, що необхідно включати в освітній процес самостійні завдання з продукування медіатекстів, які можна активно використовувати для оцінювання рівнів сформованості медіаграмотності. Багато дослідників переконані, що формування практичних умінь і навичок створення медіатекстів є важливим етапом не тільки в розвитку розуміння медіатехнологій, а й у пізнанні навколишньої дійсності, розвитку експресивних функцій комунікатора та розвитку творчого потенціалу (Hobbs, 2008, Р. 32).

Протилежна точка зору полягає в недоцільності включення практичних навичок у навчальний контент, оскільки непрофесійне продукування медіатекстів у процесі навчання є не продуктивним, а репродуктивним та імітаційним, забираючи час від розвитку критичних та аналітичних навичок. Звичайно, кожен з цих аргументів заслуговує на увагу і відображає реальну ситуацію. У програмах з медіаграмотності як ключова компетентність, що не має професійної спрямованості, продукування медіатекстів може розглядатися лише як один із методів навчання в процесі виконання, наприклад, групових чи індивідуальних проектів, без пред'явлення будь-яких вимог до професійної майстерності. Його можна розглядати лише як один із методів навчання в процесі виконання, наприклад, групових чи індивідуальних проектів, не висуваючи жодних вимог до професійної діяльності. Водночас продукування медіатекстів - це, в принципі, творче відтворення та продуктивне перекодування наявних семіотичних ресурсів. Водночас така діяльність, безперечно, є важливим етапом підготовки молодших школярів до життя в суспільстві, де медіа тісно переплітаються з

професійним, громадянським та особистим життям кожної людини (Разводова, 2020).

Ще одним компонентом, який виокремлює Т. Разводова є ціннісно-смісловий елемент - це зв'язок між змістом компетентності та об'єктом її застосування. Ціннісно-смісловий елемент формується на основі базових концептуальних положень медійної грамотності.

Авторка стверджує, що поєднання таких компонентів забезпечить медійну грамотність учня вимагає нового погляду на неї, що базується на навичках і широкій структурі знань. Медійна грамотність не є фіксованою категорією, і її рівень можна підвищувати впродовж навчання.

Враховуючи сутність поняття медійної грамотності, вище проаналізовані компоненти, а також вікові особливості молодших школярів нами виокремлено такі **структурні компоненти** медійної грамотності молодших школярів (див. рис. 1.1):

- ціннісно-мотиваційний;
- когнітивно-операційний;
- рефлексивно-поведінковий.

Рис. 1.1. Структурні компоненти медійної грамотності молодшого школяра

Ціннісно-мотиваційний компонент медійної грамотності відповідає за якість сприйняття та усвідомлення контенту, який сприймається молодшим школярем. Цей компонент відповідає за формування особистісних цінностей молодших школярів у процесі користування гаджетами, споживанням медіа продуктів тощо. Також роль цього компонента полягає у мотивації та системі мотивів учня, які повинні бути позитивними та спрямовані на навчання та бажання здобувати нові знання.

Когнітивно-операційний компонент медійної грамотності молодих школярів полягає у сформованості системи знань, умінь та навичок користуватися медіа продуктами та медіа засобами з метою навчання та

здобуття основних знань. Цей компонент забезпечує виконання різноманітних дій та операцій з медіа ресурсами для успішного навчання молодих школярів.

Рефлексивно-поведінковий компонент медійної грамотності полягає у здатності здійснювати рефлексію та самопізнання молодшим школярем власних ді, операцій та результатів використання медійних ресурсів під час навчання у початковій школі. Формування на основі рефлексії позитивної поведінки школяра, яка є адекватною до соціально-економічних умов суспільства та життєдіяльності школяра. Сформованість цього компонента забезпечує вміння на основі цього жити в суспільстві та вміти використовувати сформовані знання, набуті уміння, навички та досвід у повсякденному житті.

Основні складові медійної грамотності зумовлюють виконання відповідних функцій. З опрацювання наукового матеріалу було виявлено, що В. Куцурба розробив функції медійної грамотності, які реалізуються через кожен структурний компонент (див. рис. 1.2).

Рис. 1.2. Функції медійної грамотності молодших школярів

Проаналізуємо вищезазначені функції:

- *комунікативну* – ця функція забезпечує поглиблення спілкування між учасниками освітнього процесу;
- *мотиваційну* – забезпечує позитивну мотивацію, активність, бажання пізнання навчального матеріалу;
- *культурологічну* - передбачає усвідомлення ролі медіа;
- *адаптивну* – полягає в пристосуванні особистості до напливу різних медіа, інформації, формування стресостійкості, адаптацію до життя в інформаційному суспільстві, що впливає на зміну медіаповедінки та медіаспоживання;

- *проективну* - формує вміння захищати себе від медіаманіпуляцій, медіазалежності та впливу медіа на психіку шляхом критичного оцінювання медіаконтенту;

- *аналітичну* - розвиває вміння аналізувати, пояснювати та інтерпретувати медіаконтент, формує вміння критично оцінювати медіаконтент, брати до уваги різні погляди та думки, шукати до уваги різні погляди та думки, шукати інформацію, необхідну для оцінювання та формулювання власної позиції (Куцурба, 2019).

Таким чином, нами проаналізовано зміст та структурні компоненти медійної грамотності молодих школярів. Виокремлено такі структурні компоненти медійної грамотності: ціннісно-мотиваційний, когнітивно-операційний, та рефлексивно-поведінковий, які є взаємопов'язаними та доповнюють один одного через реалізацію функцій: комунікативної, мотиваційної, культурологічної, адаптивної, проективної та аналітичної.

1.3. Аналіз нормативних документів та навчальних підручників щодо формування медійної грамотності молодших школярів

Для детального вивчення процесу формування медійної грамотності молодших школярів нами проаналізовано основні нормативні документи та навчальні підручники початкової освіти.

Державний стандарт початкової освіти (2018) нормативний документ, який визначає основні вимоги до обов'язкових результатів навчання й основних компетентностей молодих школярів; також визначає загальний обсяг навчального навантаження молодших школярів що подається у базовому навчальному плані початкової школи. Він визначає основні ключові компетентності які мають бути сформовані у молодшого школяра: «вільне володіння державною мовою; здатність спілкуватися рідною та

іноземними мовами; математична компетентність; компетентності у галузі природничих наук, техніки і технологій; інноваційність; екологічна компетентність; інформаційно-комунікаційна компетентність; навчання протягом життя; громадянські та соціальні компетентності; культурна компетентність» (Державний стандарт, 2018).

Як бачимо у Державному стандарті не передбачено поняття медійної грамотності, однак є інформаційно-комунікаційна компетентність, що полягає в: «опануванні основою цифрової грамотності з метою розвитку і спілкування, здатність безпечного та етичного використання засобів інформаційно-комунікаційної компетентності у навчанні та інших життєвих ситуаціях» (Державний стандарт, 2018). Тобто, виходячи з цього можемо сказати, що медійна грамотність є складовою інформаційно-комунікаційної компетентності молодшого школяра. Також важливо наголосити на тому, що медійна грамотність є важливою для формування і решти ключових компетентностей молодшого школяра, зокрема: математичної, компетентності у галузі природничих наук, техніки й технологій; інноваційної; навчання впродовж життя; соціальної та культурної, тощо. Оскільки, шляхом застосування різноманітних медійних ресурсів та вміння працювати з медійним простором є важливою складовою формування вищезазначених компетентностей.

У Концепції «Нова українська школа» також виокремлено десять ключових компетентностей та визначено інформаційно-цифрову компетентність як така, що передбачає: «впевнене та критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, у публічному просторі та приватному спілкуванні» (Концепція НУШ, 2016).

Вважаємо, що у наведеному розумінні увага приділяється технічній стороні обробки інформації та критичному її сприйнятті. Саме тому, інформаційно-комунікаційну компетентність не вважають аналогічною до медійної грамотності в Концепції НУШ та Державному стандарті.

Якщо аналізувати різні змістові лінії, зокрема математичну, інформатичну, технологічну, тощо, то бачимо, що медійна грамотність є актуальною в розрізі здобуття початкової освіти для молодшого школяра. Адже, наводячи окремі аспекти очікуваних результатів бачимо, що вони містять елементи медійної грамотності: «учень досліджує інформаційний навколишній світ; знаходить, подає, перетворює, аналізує та зберігає дані різних типів; критично оцінює інформацію з різних джерел; створює та налагоджує програмні проекти; розробляє модульні проекти; опрацьовує та створює інформаційні продукти з використанням даних різних типів; використовує широкий спектр цифрових пристроїв; організовує власне інформаційне середовище; спілкується, навчається та співпрацює в мережових спільнотах, тощо» (Державний стандарт, 2018).

Наразі існує дві основні програми, які використовують вчителі в початковій школі: освітня програма, створена під керівництвом О. Савченко, та освітня програма, створена під керівництвом Р. Шаяна. Обидві програми включають «медіаосвітній» зміст в освітніх галузях та спрямовані на формування так званої медійної грамотності. Автори обох програм визначають основні медіапродукти, з якими мають справу діти молодшого шкільного віку, основні операції, які вони повинні виконувати з ними, та прості медіапродукти, які вони створюють.

Так, згідно з типовою освітньою програмою, створеною під керівництвом О. Савченко, учні мають навчитися сприймати різні медіапродукти, інтерпретувати інформацію, що в них міститься, визначати їх призначення, аналізувати зміст вербальної та невербальної інформації з медіа, виявляти емоційні реакції та вподобання, а також створювати власні нескладні медіапродукти. Учні повинні навчитися створювати власні медіапродукти (Савченко, 2022). Процес роботи з медіапродукцією та медіаінформацією, що міститься в ній, передбачений і в освітній програмі, створеній під керівництвом Р. Шаяна (Шаян, 2022).

Автори програм також використовують різні поняття: у типових освітніх програмах, створених під керівництвом О. Савченко, як об'єкт передачі медіаінформації використовується термін «медіатекст». Натомість у типовій освітній програмі створеній під керівництвом Р. Шияна, вживається термін «медіапродукт». Хоча ці поняття дійсно є тотожними, для зручності ми будемо використовувати термін «медіапродукт». Отже, автори програми виокремили різноманітні медіапродукти, з якими мають працювати учні початкової школи.

На нашу думку, цей перелік є детальнішим і ширшим у модельній освітній програмі, розробленій під керівництвом Р. Шияна. Вважаємо, що така кількість і різноманітність медіапродукції може лише сприяти формуванню медійної грамотності. Тому обидві програми у змістовій лінії «Досліджуємо медіа» мовно-літературної освітньої галузі передбачають роботу з такими медіапродуктами: коміксами, дитячими журналами, рекламою, листівками, фотоколажами. У типовій освітній програмі, створеній під керівництвом Р. Шияна, до цього переліку додаються такі медіапродукти: комікси, фільми, листівки, фотоколажі, плакати до фільмів, шпалери, аудіо- та відеоматеріали.

У процесі аналізу навчальних програм було помічено, що в типовій навчальній програмі, створеній під керівництвом О. Савченко, SMS-повідомлення виокремлено як медіапродукт. Натомість у типовій освітній програмі, створеній під керівництвом Р. Шияна, SMS-повідомлення не представлені, оскільки розглядаються як звичайні короткі письмові повідомлення, створені за допомогою цифрових пристроїв.

На сьогодні методика формування медійної грамотності є недостатньо розробленою. Тому доводиться покладатися на наявні підручники початкової школи.

Якщо аналізувати *підручники з української мови та літератури* то бачимо, що такі автори як М. Захарійчук та Н. Богданець-Білоskalенко не виявлено нами вправ, які були б спрямовані на формування медійної

грамотності. Підручники І. Большакової та М. Пристінської передбачають роботу над створенням sms-повідомлень. А підручники В. Наумчук, Н. Коник пропонують роботу з QR-кодами, переходячи за якими, молодші школярі виконують завдання що розвитку мовлення. Також цей підручник передбачає вправи для роботи зі світлинами, однак інші медіапродукти не розглядаються. Авторами М. Вашуленком, С. Дубовик приділена увага роботі з медійними продуктами. Так, молодші школярі працюють з QR-кодами та аналізують зміст медіаінформації. Одна із вправ нами продемонстрована на рис. 1.3.

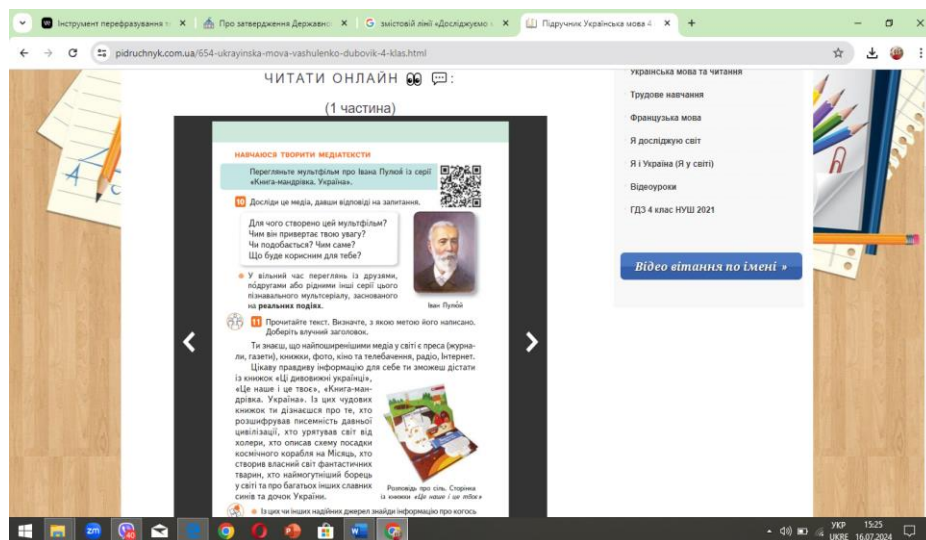


Рис. 1.3. Приклад роботи з медіапродуктом для розвитку медійної грамотності молодшого школяра за підручником М. Вашуленко

Аналіз підручників з математики різних авторів (С. Скворцової, О. Онопрієнко, Н. Листопад, Г. Лишенко, Л. Оляницька) показав присутність елементів сучасних інтерактивних елементів, які спрямовані на формування в учнів медійної грамотності починаючи з 1 класу. Здебільшого це електронний додатковий матеріал, який зафіксований Qr-кодом на початку підручника (див.рис. 1.4)

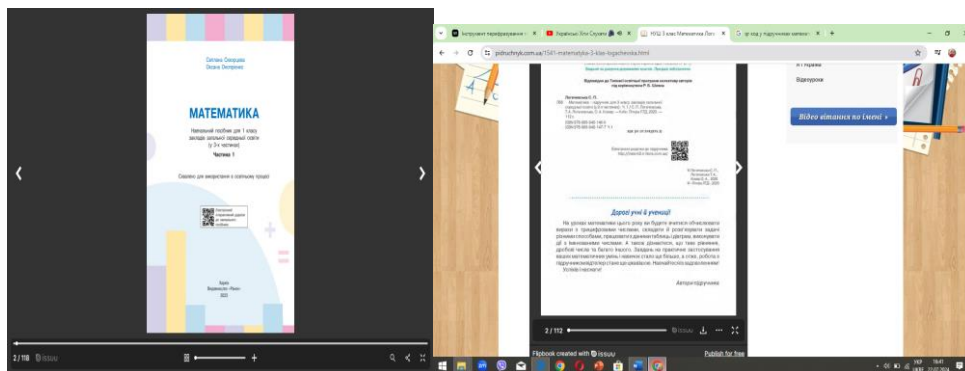


Рис. 1.4 Використання елементів медіа у підручниках з математики

Часто зустрічаємо у підручниках з математики початкової коли застосування Qr-коду з посиланням на медіа продукт у вигляді відео, аудіо, онлайн-гри, таблиць, схем тощо у процесі сприйняття якого засвоюється або закріплюється той чи інший навчальний матеріал (див. рис. 1.5).

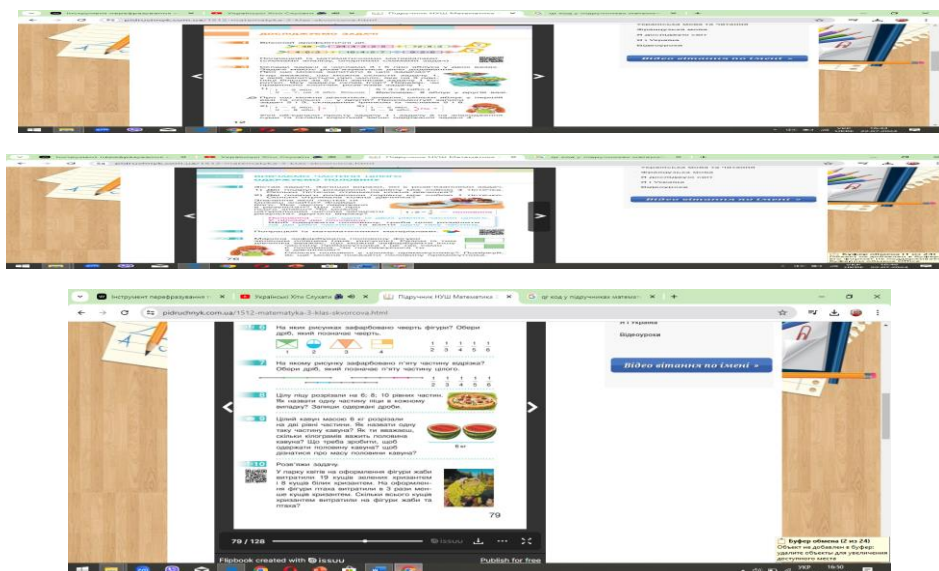


Рис. 1.5. Різні види роботи з медіа на уроках математики у початковій школі

Аналізуючи підручник «Сходінки до інформатики» ми знаходимо більше інформації, яка формує поняття медійної грамотності молодших школярів і це зумовлено самою специфікою курсу інформатики у початковій школі. Адже, метою інформатичної освітньої галузі є розвиток інформаційно-комунікаційних навичок та інших ключових компетентностей, цифрових пристроїв для розвитку, інформаційно-комунікаційних технологій, здатності вирішувати проблеми за допомогою критичного мислення,

творчого самовираження, особистого та соціального благополуччя, а також навичок безпечної та етичної діяльності в інформаційному суспільстві.

Молодші школярі у процесі вивчення інформатичної освітньої галузі вчаться: знаходити, представляти, перетворювати, аналізувати, узагальнювати й систематизувати дані та критично оцінювати інформацію для розв'язання життєвих проблем; створювати інформаційні продукти та програми, індивідуально та у співпраці, за допомогою цифрових пристроїв або без них, для ефективного розв'язання завдань та творчого самовираження. Вчаться свідомо використовувати інформаційно-комунікаційні технології та цифрові пристрої для доступу до інформації, спілкування та співпраці з нею як творці та споживачі. Усвідомлювати вплив використання інформаційних технологій на себе, суспільство, навколишнє середовище та сталий розвиток, а також дотримуватися етичних, міжкультурних та правових норм щодо інформаційної взаємодії.

Саме тому у підручниках подається багато інформації, яка сприяє формуванню різних складових медійної грамотності молодших школярів (див рис. 1.6).

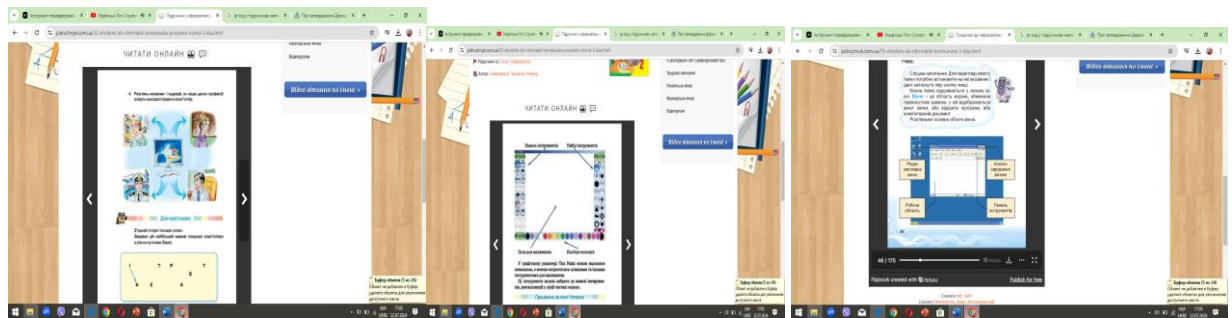


Рис. 1.6. Елементи формування медійної грамотності у підручниках з інформатики для початкової школи

Аналізуючи підручники з «Я досліджую світ» знаходимо також за змістом матеріали, які формують елементи медійної грамотності молодших школярів. Аде метою вивчення природничої освітньої галузі є, в першу чергу, засвоєння знань, умінь і способів діяльності формують важливі природничо-наукові, інженерно-технічні, технологічні, екологічні та інші компетентності, розвивають здатність успішно взаємодіяти з природою,

зкладають основи наукового світогляду та критичного мислення, визнають принципи сталого розвитку та відповідальної поведінки в навколишньому світі учнів, що містить елементи медійної грамотності.

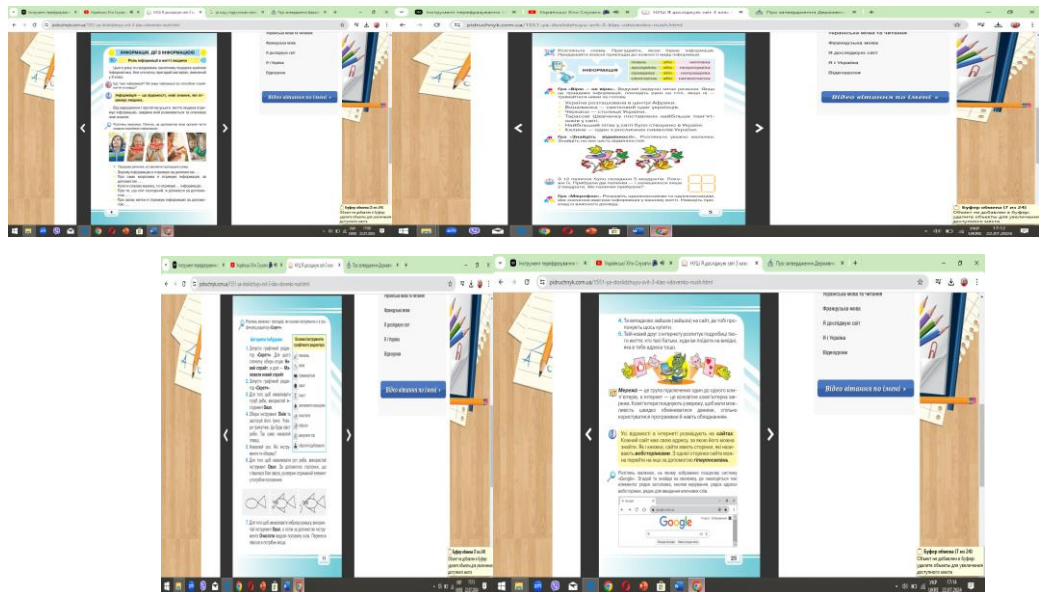


Рис. 1.7. Елементи формування медійної грамотності у підручниках з «Я досліджую світ»

Таким чином, проаналізовані нами нормативні документи: Державний стандарт, Навчальні програми і навчальні підручники початкової освіти дають підстави стверджувати, що формування медійної грамотності молодших школярів є важливою та актуальною потребою. Вона розкривається крізь призму вищеназаних нормативних документів, її елементи містяться у змісті підручників початкової освіти і є необхідною для формування різних компетентностей молодшого школяра, які окреслені у концепції Нової української школи.

Висновки до першого розділу

У процесі вивчення теоретичних аспектів медійної грамотності нами з'ясовано, що : *медійна грамотність молодших школярів* це система знань та умінь створювати та аналізувати найпростіші медіапродукти шляхом використання різних медіа-засобів, методів отримання та передачі інформації з метою виховання ціннісних орієнтацій, здатність дотримуватися культури медіаспоживання, вміння розпізнавати елементи критичного мислення. Сучасні новітні медіа, посідають важливе місце в освітній сфері учнів. Молодші школярі сьогодні мають можливість легко і швидко за допомогою медійних засобів пізнавати світ шляхом використання різних медіа джерел. Застосування медіа сьогодні для багатьох учнів замінює традиційне джерело здобуття інформації, освіти та соціалізації.

Враховуючи сутність поняття медійної грамотності нами виокремлено такі *структурні компоненти* медійної грамотності молодших школярів ціннісно-мотиваційний; когнітивно-операційний та рефлексивно-поведінковий. Розкрито *функції* медійної грамотності молодших школярів: комунікативну, мотиваційну, культурологічну, адаптивну, проєктивну та аналітичну.

Проаналізовано основні нормативні документи (Державний стандарт початкової освіти, Концепцію «Нова українська школа», освітні програми О. Савченко, Р. Шияна) та навчальні підручники початкової освіти. З'ясовано, що вони містять елементи формування медійної грамотності.

РОЗДІЛ 2.ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ

2.1. Констатувальне дослідження стану формування медійної грамотності молодших школярів у початковій школі

Аналіз сутності та змістових компонентів медійної грамотності молодших школярів дало підстави для проведення констатувального дослідження процесу формування цього явища.

Учасниками констатувального експерименту обрано учнів 3 класу початкових шкіл закладів загальної середньої освіти Путильської селищної ради, всього *63 молодших школярі*.

Мета констатувального дослідження - виявити рівень сформованості медійної грамотності молодших школярів на етапі навчання у початковій школі.

Завданнями емпіричного експерименту є:

1. Визначити рівень сформованості ціннісно-мотиваційного компонента медійної грамотності молодших школярів;
2. Визначити рівень сформованості когнітивно-операційного компонента медійної грамотності молодших школярів;
3. Виявити рівень сформованості рефлексивно-поведінкового компонента медійної грамотності молодших школярів.

Для реалізації поставленої мети та досягнення сформульованих завдань ми розробили *діагностичний інструментарій* нашого емпіричного дослідження, який включає критерії, відповідні їм показники, рівні, методи і методики діагностування. Опишемо зазначений діагностичний інструментарій.

Поняття «критерій» у довідкових джерелах пояснюється як: характеристики, за якими оцінюють, визначають і класифікують об'єкт. Критерії - це засоби та інструменти оцінювання, а не саме оцінювання. При цьому під характеристикою розуміється зовнішній прояв властивості, за

допомогою якого остання розпізнається, визначається, описується і стає її ознакою (Бусел, 2009).

Кожному критерію відповідають свої показники, які взаємопов'язані між собою, утворюючи підсистеми та більш чітко визначаючи конкретні показники. Поняття «показник» - це чітка і конкретна вказівка на сутність досліджуваного явища, тобто формування медійної грамотності. Словникове визначення поняття «показник» таке: «свідчення, доказ або ознака чого-небудь; наочні дані про результати виконання завдання або процесу; дані про підсумки чого-небудь» (Академічний словник, 2000).

Аналізуючи різноманітні наукові праці, ми виокремили критерії та показники свого дослідження, проаналізуємо їх.

До критеріїв сформованості медійної грамотності молодших школярів нами віднесено: *ціннісно-мотиваційний, когнітивно-операційний, рефлексивно-поведінковий.*

Кожен із вищеназваних критеріїв конкретизується своєю системою показників.

Так, *показниками* ціннісно-мотиваційного критерію є наявність позитивної мотивації щодо правильного користування гаджетами та дотримання правил користування інформацією; також, проявом цього критерію є сформованість позитивної внутрішньої мотивації, яка виявляється через призму зацікавленості, інтересу щодо використання формування медійної грамотності.

Когнітивно-операційний критерій характеризується такими *показниками*: вмінням користуватися пристроями (смартфонами, планшетами) у повсякденному житті, здійснювати дзвінки, надсилати повідомлення тощо; вміння аналізувати інформацію з медіа, виділяти ключові моменти та узагальнювати побачене; вміння знаходити потрібну інформацію в Інтернеті; вміння використовувати медіаінформацію в освітніх або особистих цілях; уміння створювати власні медіапродукти.

Рефлексивно-поведінковий критерій проявляється через такі *показники* як: здатність здійснювати рефлексію, самопізнання щодо уміння користуватися медіазасобами, добирати медіаінформацію; також проявляється адекватною поведінкою, яка формується внаслідок самопізнання та усвідомлення контенту який сприймається.

Критерії та показники медійної грамотності молодших школярів нами систематизовано у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

***Критерії та показники
сформованості медійної грамотності молодших школярів***

<i>Критерій</i>	<i>Показники</i>
<i>ціннісно-мотиваційний</i>	позитивної мотивації щодо правильного користування гаджетами та дотримання правил користування інформацією; зацікавленості, інтересу щодо формування медійної грамотності;
<i>когнітивно-операційний,</i>	вміння користуватися смартфонами, планшетами у повсякденному житті, здійснювати дзвінки, надсилати повідомлення тощо; вміння аналізувати інформацію з медіа та узагальнювати побачене; вміння знаходити потрібну інформацію в Інтернеті; вміння використовувати медіаінформацію в освітніх або особистих цілях; уміння створювати власні медіапродукти;
<i>рефлексивно-поведінковий</i>	здатність здійснювати рефлексію, самопізнання щодо уміння користуватися медіазасобами, добирати медіаінформацію

Нами узагальнено *рівні* сформованості медійної грамотності молодших школярів (див. рис. 2.1.)

Рис. 2.1. Рівні сформованості медійної грамотності молодших школярів

Високий рівень сформованості медійної грамотності молодших школярів характеризується наявністю позитивної мотивації щодо правильного користування смартфонами як у освітніх цілях так і розважальних, вмінням дотримуватися правил користування інформацією; наявність зацікавленості, інтересу щодо формування медійної грамотності. На цьому рівні учні вміють користуватися смартфонами, планшетами у процесі організації освітнього процесу, виконанні поставленого завдання, повсякденному житті, правильно надсилають повідомлення користуючись різними програмами; вміють аналізувати інформацію з медіа та узагальнюють побачене; вміють знаходити потрібну інформацію в Інтернеті та використовують медіаінформацію в освітніх або особистих цілях; здатні створювати власні медіапродукти. Також молодші школярі яким властивий високий рівень сформованості медійної грамотності здатні здійснювати рефлексію, самопізнання щодо уміння користуватися медіазасобами, добирати медіаінформацію та адекватно реагувати на сприйнятий контент.

Середній рівень сформованості медійної грамотності притаманний молодшим школярам у яких на достатньому рівні проявляється мотивація щодо використання смартфонів у навчальних цілях і розважальних, проявляються уміння дотримуватися правил користування інформацією; вони виявляють достатню зацікавленість, інтерес щодо формування медійної грамотності. На середньому рівні учні вміють користуватися смартфонами, планшетами на уроках з допомогою учителя, з допомогою інструкції надсилають повідомлення користуючись різними програмами; відповідно до поданого алгоритму аналізують інформацію з медіа та узагальнюють побачене; з допомогою вчителя знаходять потрібну інформацію в Інтернеті

та використовують медіаінформацію в освітніх або особистих цілях; за поданим планом створюють власні медіапродукти. Також молодші школярі яким властивий середній рівень сформованості медійної грамотності намагаються здійснювати рефлексію, самопізнання щодо уміння користуватися медіазасобами, добирають медіаінформацію та вчаться адекватно реагувати на сприйнятий контент.

Низький рівень сформованості медійної грамотності характеризується майже відсутністю або дуже низькою мотивацією щодо користування смартфонами у освітніх цілях, здебільшого вони цікавляться використанням смартфонів у розважальних цілях; не завжди дотримуються правил користування інформацією; відсутній інтерес щодо формування медійної грамотності під час навчального процесу. На цьому рівні учні погано вміють користуватися смартфонами, планшетами під час навчальних завдань; не вміють аналізувати інформацію з медіа та узагальнювати побачене; виникають значні труднощі щодо знаходження потрібної інформації в Інтернеті та складно використовують медіаінформацію в освітніх цілях; не вміють створювати власні медіапродукти. Також молодші школярі яким властивий низький рівень сформованості медійної грамотності не здатні здійснювати рефлексію та самопізнання щодо уміння користуватися медіазасобами, їм складно добирати медіаінформацію та не завжди адекватно реагують на сприйнятий контент.

Наступним складовим елементом нашого діагностичного інструментарію є методи та методики. Тому, враховуючи описані критерії та показники нами обрано комплекс *методик*, такі як: методика «Драбинка мотивів» автори Л. Божович та А. Маркова; авторська анкета «Я у світі медіа»; система завдань та вправ розроблена автором А.Куцурба.

Розкриємо хід експериментальної роботи.

З метою визначення мотивів використання медіа для навчання та особистих життєвих потреб ми використовували методику «Драбинка мотивів» відповідно до якої перевірявся рівень сформованості мотиваційно-

ціннісного критерію. Її ми адаптували для учнів третього класу та їх вікових особливостей. Для проведення методики пропонували наступну інструкцію: спробуй побудувати драбину, під назвою «Для чого мені гаджет?». Спершу треба прочитати, що написано на запропонованих картках та виставити їх у порядку важливості для учня. Таких карток учням запропонували 8 які містили наступні твердження:

1. Мені потрібен гаджет для дзвінків та листування.
2. Гаджет Т мені потрібен для ігор та розваг .
3. Мені потрібен гаджет для знаходження цікавої та пізнавальної інформації в Інтернеті.
4. Гаджетом я можу вихвалитися перед іншими.
5. Гаджет мені потрібен для перегляду повчальних відео.
6. Мені потрібен гаджет для соціальних мереж.
7. Гаджет мені потрібен для читання цікавої літератури.
8. Гаджет потрібен мені для прослуховування музики та перегляду мультфільмів.

Обрахунки здійснювались відповідно до ключа:

1, 3, 5, 7 картки відповідають за сформованість пізнавальних мотивів, а 2, 4, 6, 8 – носять соціально-розважальний характер.

Керуючись цією ієрархією мотивів, варто звернути увагу на твердження які молодший школяр поставив на 3 перші сходинки, тоді:

- високому рівневі відповідають три поставлені картки що носять пізнавальний характер;
- середній рівень буде виявлено, якщо 1 з них відповідає соціально-розважальному характеру, а 2 мають пізнавальний характер;
- низькому рівневі притаманне лише одна картка має пізнавальні мотиви, а 2 відповідають соціально-розважальним.

Аналіз проведеного дослідження за цією методикою констатував наступні числові дані: високий рівень виявили 18,75% опитаних; середній рівень виявили у 41,5% респондентів та 39,75% молодших школярі проявили

низький рівень сформованості медійної грамотності за ціннісно-мотиваційним критерієм (див. рис. 2.2). Такі показники свідчать, що молодші школярі здебільшого зорієнтовані а використання гаджетів з метою власних життєвих потреб, таких як спілкування, листування або розважальних потреб: ігри, перегляд відеороликів, соціальні мережі.

Рис. 2.2. Рівень сформованості мотиваційно-ціннісного компонента медійної грамотності молодших школярів

Наступний вид опитування та перевірка рівня сформованості когнітивно-операційного компонента медійної грамотності здійснювався за допомогою анкети «Я у світі медіа» (див. додаток А).

Анкета містила запитання відкритого та закритого типу на які треба було дати письмові відповіді. Враховуючи вікові особливості молодших школярів та відповідно до розробки автора анкета містила 6 запитань. Наприклад: «Що таке медіа? З якою метою ти використовуєш Інтернет? Для чого найбільше використовуєш гаджет» (Куцурба, 2019, с.54).

Кожна відповідь учня опрацьовувалась та залежності від повноти відповіді оцінювалась від 1 до 5 балів, максимальну кількість, яку міг набрати учень це 30 балів, що відповідало високому рівню.

Також нами було використано систему завдань розроблені В.Куцурбою. Вони містили різного роду завдання практичного характеру, наприклад користуючись інтернетом знайти визначення слів «крига», «явір». Також було запропоновано переглянути афішу і визначити яку подію вона висвітлює. Ще одним завданням було розробити за допомогою гаджетів презентацію обравши тему за вибором: «Моя сім'я», «Моє хоббі», «Мій домашній улюбленець».

Діагностика складалася з чотирьох завдань, кожне з яких охоплювало певне медіа-завдання. Ці завдання включали аналіз та інтерпретацію медіаінформації, поширення та пошук і створення медіапродуктів; за правильне виконання першого завдання нараховувався один бал, за

правильне виконання другого завдання - три бали (по одному балу за кожне слово). Третє завдання оцінюється так само. За виконання четвертого завдання учні можуть отримати максимум три бали (один бал, якщо презентація містить текст, два бали, якщо презентація містить текст і фотографії, і три бали, якщо на додаток до фотографій і тексту використовуються анімаційні ефекти, дизайни і переходи).

Таким чином, учні, які набрали від 7 до 10 балів, мають високий рівень, 4-6 балів - середній рівень, а 1-3 бали - низький рівень когнітивно-операційного критерію.

Узагальнивши результати методики ми виявили наступне: у 19,3 % опитаних виявили високий рівень ; у 39,7% учнів виявили середній рівень та 41% учнів проявили низький рівень сформованості когнітивно-операційного критерію медійної грамотності (див. рис. 2.3).

Рис. 2.3. Рівень сформованості когнітивно-операційного компонента медійної грамотності молодших школярів

Сформованість медійної грамотності відповідно до рефлексивно-поведінкового критерію нами перевірявся за допомогою методики «Сходинки» В. Щура. Основна мета цієї методики полягала у виявленні особливостей самооцінки молодших школярів та їхньої оцінки власної системи знань на умінь щодо користування гаджетами, інформацією тощо. Методика дослідження проводилася індивідуально. Процедура дослідження складалася з бесіди з дитиною за певною рейтинговою шкалою. У цій рейтинговій шкалі дитина розміщувала себе (за допомогою картонної фігурки), а також вказувала місце, куди її могли б розмістити інші, як вона про це думає. Шкала була представлена у вигляді драбинки, намальованої на папері. Дитині давали інструкцію: «Подивися на цю сходинку. Подивися на цю сходинку. Якщо поставити всіх дітей на цю сходинку, то вийде найкраща сходинка (в самий раз) і середня сходинка (не погана і не дуже хороша)».

Потім дітям дають картонну фігурку хлопчика чи дівчинки і просять поставити її на ту сходинку, яка, на їхню думку, є правильною.

Отримані результати методики виявили наступне: у 18,3 % опитаних виявили високий рівень ; у 40,6% учнів виявили середній рівень та 41,1% респондентів проявили низький рівень сформованості рефлексивно-поведінкового критерію медійної грамотності (див. рис. 2.4).

Рис. 2.4. Рівень сформованості рефлексивно-поведінкового компонента медійної грамотності молодших школярів

Узагальнені результати проведеного констатувального дослідження дають підстави стверджувати про недостатній, а то іноді й низький рівень сформованості медійної грамотності молодших школярів. Тому, вважаємо необхідним завданням систематизувати та описати ряд організаційно-педагогічних умов, які забезпечать якісний процес формування у молодших школярів досліджуваного явища.

2.2. Врахування основних психолого-педагогічних аспектів формування медійної грамотності молодших школярів

Формування медійної грамотності – це складний та багатогранний процес, котрий, безумовно, має свої особливості та залежить від різних факторів та умов.

Відповідно до наукових поглядів Дж. Поттера формування медійної грамотності покладається на основу таких трьох компонентів:

- досвід учня щодо взаємодії з медіапростором;
- практичне використання учнем наявних знань й умінь щодо роботи з медіа інформацією;
- прагнення молодших школярів до самоосвіти щодо вдосконалення своєї медійної грамотності (Баришополець, 2006).

Однак, ми вважаємо, що зазначені компоненти не відображають всіх аспектів формування медійної грамотності, тому розкриємо психолого-педагогічні аспекти означеного процесу.

Ми вважаємо, що формування медійної грамотності буде якісним з урахуванням наступних *аспектів*:

- врахування вікових та індивідуальних особливостей молодших школярів у роботі з медіазасобами;
- організація поетапності роботи щодо формування медійної грамотності;
- використання вчителем на різних уроках у початковій школі спеціальних вправ і завдань щодо формування медійної грамотності;
- використання медіатехнології для формування медійної грамотності молодших школярів;
- створення освітнього медіапростору для молодших школярів.

Проаналізуємо зазначені психолого-педагогічні аспекти.

Врахування вікових та індивідуальних особливостей молодших школярів у роботі з медіазасобами такий аспект визначається психологічними характеристиками учнів молодшого шкільного віку. Варто зазначити, що молодшими школярами вважають дітей 6(7) - 10(11) років, і це відповідає періоду навчання їх в початковій школі. Психологи вважають, що при переході від одного вікового періоду до іншого у молодших школярів виникають новоутворення, яких не було на попередніх періодах. Проаналізуємо психологічні новоутворення молодших школярів.

Такий віковий період характеризується певними змінами в психіці особистості, які власне і визначають різні психологічні особливості учнів початкової школи. Різні психологи наголошують на тому, що цей етап властивий змінами соціальної позиції, школярі приходять до освітнього закладу, де їх чекають нові умови та нові вимоги до них. Відповідно з'являється нова, провідна діяльність - навчання. Однак, в такому шкільному

віці ігрова діяльність все ж таки залишається присутньою та продовжує впливати на життєдіяльність молодшого школяра (Павелків, 2009).

Сучасні діти у повсякденному житті сприймають досить багато різних медіапродуктів, які здійснюють вплив на їх свідомість. Важливим є те, що часто така різноманітна медіа інформація носить маніпулятивний характер, або формувати так зване «псевдознання» в учнів. Саме тому, одне із важливих завдань для батьків та вчителя є навчити молодших школярів критично мислити, вміти аналізувати та інтерпретувати медіаінформацію.

Сучасними медіапродуктами, які впливають на свідомість молодших школярів науковці вважають такі: комп'ютерні ігри, мультфільми, комікси, кліпи, короткі відео в Тік-ток, реклама, різні світлини та ін.

Ще одним важливим психічним новоутворенням учня початкової школи, на думку психологів, є розвиток різноманітних психічних операцій, зокрема: аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення і т.п. (Скрипченко, 2001, с. 116). Такі операційні процеси сьогодні становлять основу для формування медійної грамотності, адже вони забезпечують різні процеси роботи з медіаінформацією.

Сьогодні ряд науковців узагальнюють напрямки роботи з медійною інформацією та визначають ряд запитань які допоможуть аналізувати медіапродукт. Наприклад: хто створив повідомлення? Як наведене медіа привертає твою увагу? Як люди по-різному можуть сприйняти медіа? Як впливає ця медіаінформація на твоє життя чи точку зору? Для чого створили дане медіа, яка його мета?

Вважаємо, що робота з медіапродуктом повинна бути цілісною, а аналіз повинен передбачати певні відповіді на різні запитання, які формують цілісне уявлення про медіаінформацію й зорієнтовані на формування критичного мислення та сприймання й інтерпретації.

Як стверджують сучасні психологи у молодших школярів відбувається усвідомлення власних емоцій та почуттів, учні вчаться розуміти та контролювати свої емоції та почуття. Тому важливим стає такий елемент

медійної грамотності як формування емоційно-ціннісних ставлень до медіа, яке представлене нами у структурі ціннісно-мотиваційного компонента. Емоційно-ціннісне ставлення є фундаментом для критичного ставлення учнів до медіапродукції та медіаінформації. Важливо, щоб молодші школярі могли визначити свої вподобання в різноманітному та багатогранному світі сучасних медіа, та зрозуміли, яка медіаінформація які емоції викликає у них.

Виходячи із вищезазначеного молодший школяр формує власне ставлення до того чи іншого медіапродукту, яке здійснює вплив як на ефективність діяльності у світі медіа, так і на загальний розвиток учня, її особистісного становлення, формування його індивідуальних рис та якостей, уподобань, тощо.

Відомий український психолог І. Бех виокремлює ще одну характеристику молодших школярів, - перехід до довільної поведінки (Бех, 2008, с. 678). Така психологічна особливість молодшого школяра дає можливість детальніше працювати з медіа, ознайомитись з різними поняттями, вивчити особливості жанрової різноманітності медійних продуктів, що лежить в основі когнітивно-операційного компонента медійної грамотності молодших школярів. Довільність поведінки учнів молодшого шкільного віку сприятиме й формуванню вміння створювати власні медіапродукти, як за допомогою вчителя, так і самостійно.

Таким чином, можемо стверджувати, що врахування вікових та індивідуальних особливостей молодших школярів у роботі з медіа є основною ланкою цього процесу. Адже саме психічні процеси та відбір медіапродукції залежить напрям роботи з формування медійної грамотності.

Наступним аспектом є ***організація поетапності роботи щодо формування медійної грамотності.***

Сьогодні у наукових дослідженнях досить мало науковців, які вивчали етапи формування медійної грамотності. Аналізуючи джерела зустрічаємо етапи формування медіакомпетентності: «теоретичний, що передбачає ознайомлення з основними поняттями в сфері медіа; практичний, що

передбачає оволодіння процесами. Однак, вищезазначені етапи не вичерпують цілої системи діяльності з медіапродуктами та медіаінформацією, та не розкривають повністю процес формування медійної грамотності.

У наукових джерелах зустрічаються праця, які розкривають процес формування медіакомпетентності студентів закладів вищої освіти. Однак, у початковій школі, таких розробок не знаходимо. Процес формування медійної грамотності молодших школярів є цілісним, комплексним та поетапним процесом, саме тому містить ряд взаємопов'язаних дій, які відповідають меті, змісту та компонентам. В.Куцурба у своїй праці виокремлює такі етапи: мотиваційний, теоретичний, практичний, творчий (див. рис. 2.5).

Науковиця пояснює мотиваційний етап, як такий, що формує стійкі мотиви до роботи з медійними продуктами на засадах демонстрації таких, які є цікавими для молодших школярів.

Рис.2.5. Етапи формування медійної грамотності молодших школярів

Теоретичний полягає у засвоєнні теоретичних знань щодо ключових понять та термінів у сфері медіа, формування пізнавальних процесів молодших школярів, знайомство з жанровими особливостями медійних продуктів, розвиток емоційно-ціннісних ставлень до них.

Практичний етап, відповідно до автора, полягає у розвитку умінь у галузі медіа, накопичення досвіду щодо застосування медіа у різноманітних сферах діяльності, так подальше формування вмінь створювати медіапродукти різноманітних жанрів.

На творчому етапі відбувається засвоєння власного досвіду щодо створення своїх медійних продуктів на засадах творчих умінь і навичок (Куцурба, 2019, с. 26).

Оскільки автором було визначено мотиваційний, інформаційно-пізнавальний та діяльнісний компоненти медійної компетентності молодших школярів, то відповідно кожен передбачав свій розвиток відповідно на ому чи іншому етапі. Так, на мотиваційному етапі формується мотиваційний компонент; теоретичний етап спрямований на формування інформаційно-пізнавального компоненту; діяльнісний компонент сприяє розвитку практичного та творчого компонентів. Автор вважає, що така послідовність забезпечить цілісне формування медійної компетентності молодших школярів (Куцурба, 2019, с. 27).

Ще одним аспектом, який відіграє важливу роль у формуванні медійної грамотності є – **використання різноманітних вправ** на уроках у початковій школі з метою формування медійної грамотності молодших школярів.

Сьогодні у наукових дослідженнях є різні підходи та погляди щодо класифікації вправ. Так, В. Онищук розглядав їх відповідно до різних критеріїв: відповідно до дидактичної мети, ступеня самостійності та творчості: підготовчі вправи, у процесі яких учні актуалізують потрібні знання з метою кращого усвідомлення та засвоєння нового матеріалу. До вступних вправ автор відносить такі, які забезпечують осмислення ключових понять вже після знайомства з новим матеріалом. До тренувальних вправ відносяться такі, у процесі яких відпрацьовуються отримані знання та закріплюються. Завершальними є вправи з метою вироблення практичних умінь та навичок і використовуються після вивчення всього теоретичного матеріалу. До творчих вправ належать ті, у процесі яких формується творча уява молодших школярів. Також автор виділяє контрольні вправи, мета яких полягає у перевірці засвоєних знань (Онищук, 2001, с. 49 – 50).

У науковому дослідженні В.Куцурби знаходимо класифікацію вправ здійснених за критерієм роботи із медійними продуктами, а саме:

- вправи спрямовані на відбір медійного продукту (вчитель пропонує учням запропонованих світлин вибрати ту, яка чітко відповідає тій чи іншій темі, тексту, контенту, тощо);

- вправи на здійснення добору (тобто, вчитель пропонує учням дібрати медійний продукт за допомогою якого допоможе опрацювати той чи інший навчальний елемент);
- вправи на здійснення аналізу (на уроці пропонується медійний продукт який відповідає тій чи іншій темі, вчитель з учнями його аналізують і засвоюють або узагальнюють вивчений матеріал);
- вправи на здійснення інтерпретації (вчитель учням пропонує переглянути медіа продукт та пропонує інтерпретувати у власному баченні, розумінні, таким чином в учнів розвивається критичне мислення та медійна творчість);
- вправи у процесі яких учні здійснюють на критичну оцінку медіа (учитель може попросити учнів намалювати рівень води у склянці, стільки, скільки на вашу думку є безпечним або небезпечним той чи інший медіаконтент);
- вправи на створення медіа продукту (такі вправи розширюють уяву учнів і вони можуть створювати різні відео, аудіо щодо прочитаного, побаченого, вивченого тощо);
- вправи на здійснення трансформації медіа продуктів (тобто учні поширюють власне медіа з метою пропаганди того чи іншого матеріалу, наприклад пропагування здорового способу життя, екології тощо).

Комплексне використання таких вправ дозволяє повноцінно розвивати медіанавички дітей молодшого шкільного віку. У початковій школі учні контактують з різними видами медіапродукції. Це можна використати як критерій для класифікації вправ для розвитку медійної грамотності.

Так, за типом медіапродукції їх можна класифікувати на такі види вправ:

- вправи з аудіопродукцією (пісні, голосові повідомлення, аудіозаписи);

- вправи з візуальною медіапродукцією (фотографії, фотоколажі, мультфільми, плакати, оголошення, реклами тощо);
- вправи з аудіовізуальними медіапродуктами (відео, кліпи, мультфільми тощо).

Вважаємо, що, виконання таких вправ учнями початкових класів забезпечує набуття знань, умінь і навичок, пов'язаних з різними видами медіапродукції, а також дає змогу краще орієнтуватися в медіапросторі.

Враховуючи структурні компоненти медійної грамотності для розвитку кожного структурного компонента можна виділити такі вправи:

- мотиваційні які, спрямовані на формування стійких мотивацій до роботи з медійною продукцією;
- інформаційно-пізнавальні що, спрямовані на розвиток навичок засвоєння, відбору, вибору, аналізу, інтерпретації та оцінювання;
- діяльнісні, спрямовані на розвиток умінь і навичок використання медійної інформації та оволодіння основними техніками створення медіапродуктів.

Наступним аспектом формування медійної грамотності молодих школярів є **використання різноманітних медійних технологій**. Сьогодні з розвитком інформаційно-цифрових технологій існує досить багато різноманітних засобів для використання вчителем на уроках у початковій школі з метою формування медійної грамотності молодших школярів. Проаналізуємо ті, які найчастіше сьогодні використовуються вчителями початкових класів.

Додаток Kahoot це навчальна платформа, яка дозволяє проводити інтерактивні уроки та онлайн-тести для перевірки знань учнів (див. рис. 2.6). Її можна використовувати для створення вікторин. Це гра-змагання, яку переважно використовують наприкінці уроків, наприкінці певної теми або розділу. Додаток дуже простий у використанні, особливо корисний, якщо всі учні мають смартфони або планшети. Усі одночасно заходять у додаток і

відповідають на запитання вікторини на швидкість. Потім можна побачити, наприклад, хто і як відповів.

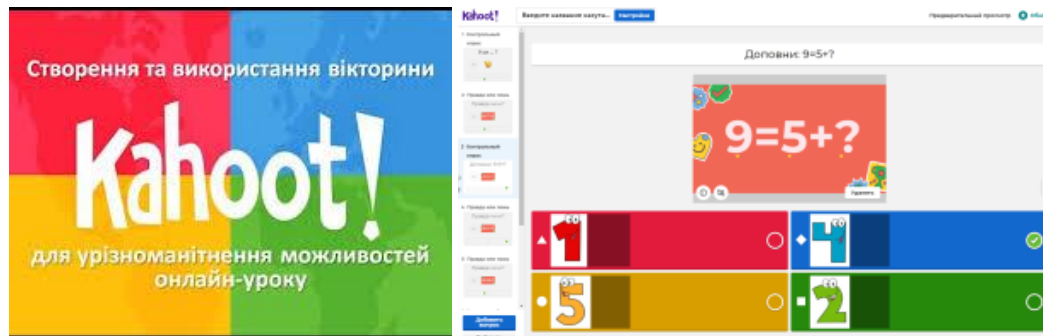


Рис. 2.6. Використання додатку Kahoot у початковій школі

Сьогодні виокремлюється кілька основних переваг використання гри Kahoot у початковій школі: подання цікавого та сучасного навчального матеріалу; високий потенціал для використання в очному, дистанційному та змішаному навчанні; наявність як синхронної, так і асинхронної форм дистанційного навчання; можливість використання для оцінювання результатів навчання учнів; можливість використання різних ігрових режимів: «live» (в режимі реального часу), домашнє завдання, командний режим тощо; можливість поєднувати навчальні та розважальні ігри (наприклад, якщо обрано режим «Острів скарбів», то після чотирьох правильних відповідей поспіль учень може зібрати скарб, тим самим збільшуючи свій загальний бал); можливість обирати кольорове та звукове оформлення гри; можливість регулювати час гри; можна вчителю створювати власні ігри або використовувати ігри, створені іншими користувачами; вчитель може використовувати створені ігри необмежену кількість разів і щоразу призначати їх потрібним групам учнів; в одну гру можуть грати кілька груп учнів одночасно; цікава презентація переможців - імена гравців показуються в анімованому вигляді, що дуже подобається молодшим школярам.

Онлайн-гра «Медіазнайко» - це перша медіаосвітня гра, яка надає учням якомога більше інформації про медіасередовище. Гра проводить учнів через дев'ять етапів, на яких вони можуть аналізувати медіаінформацію, відповідати на запитання про її джерела, ставати журналістами та створювати

власні медіапродукти. Гра містить низку відомостей, які дають учням теоретичні знання про медійну грамотність (див. рис. 2.7).

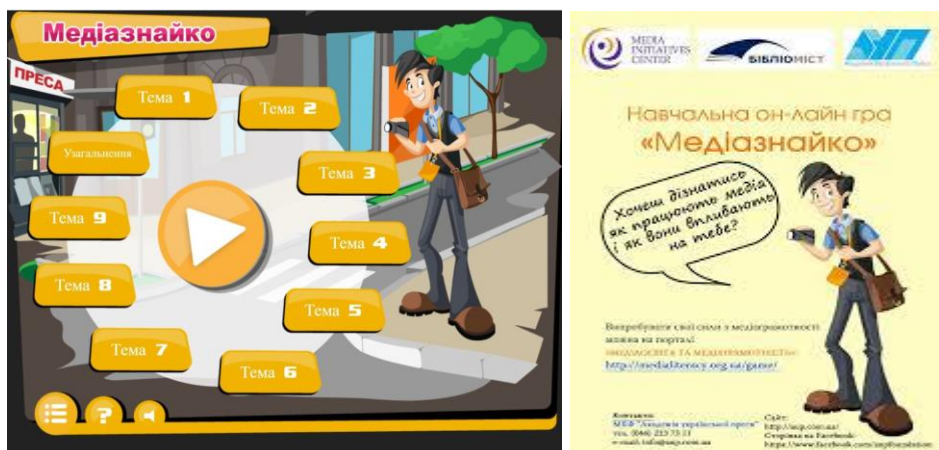


Рис. 2.7. Гра Медіазнайко

Медіазнайко - це перша медіаосвітня гра в Україні, мета якої - допомогти учням дізнатися якомога більше про медійне поле. Гра є частиною курсу медіаграмотності, спеціально розробленого для загальноосвітніх шкіл.

Суть гри полягає в тому, щоб дізнатися, як працюють медіа і як вони впливають на учнів, споживача інформації, проходячи дев'ять рівнів/етапів, відповідаючи на запитання, стаючи журналістом і створюючи телепрограми, веб-сайти та газети.

Програма Pixton – один із найкращих цифрових інструментів для викладання та навчання та розвитку медійної грамотності. Програма, в якій уні створюють комікси на основі прочитаних текстів або на основі переглянутих коміксів. Молоді школярі мають обрати свій рівень, зареєструватися та створити власний комікс. Додаток доступний англійською та українською мовами і дає дітям підказки на кожному кроці. Легко обрати ситуацію, місце, мову, емоції та одяг персонажів (див. рис. 2.8).

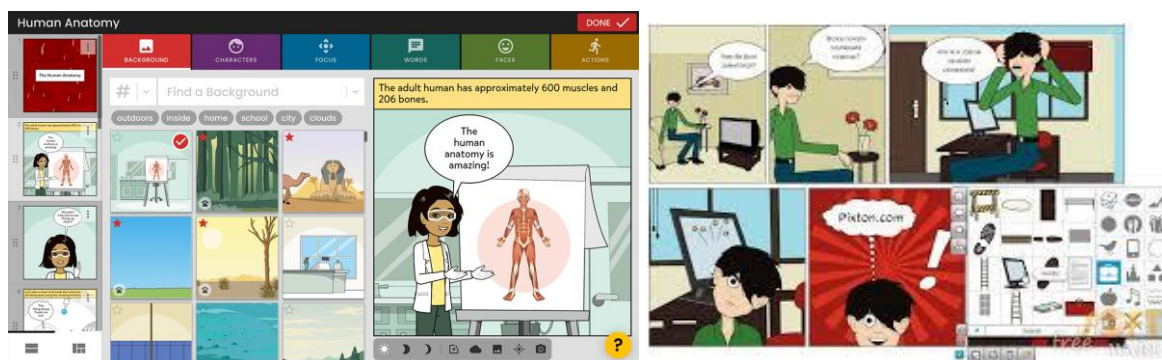


Рис. 2.8. Використання програми Pixton у початковій школі

Не менш важливими і часто застосовуваними у початковій школі є програми PowerPoint, Canva - спрямовані для створення презентацій як вчителем так і учнями. Програма - Pear Deck, яка дозволяє вчителям та учням обирати свій рівень, створювати власні цікаві та барвисті презентації і навіть ділитися ними з друзями. Ще однією цікавою функцією є можливість створювати чати для обговорення та доповнення певних питань у презентації. Це робить групову роботу цікавішою та зручнішою (див рис. 2.9).



Рис. 2.9. Використання програм PowerPoint, Canva, Pear Deck у початковій школі

Варто зазначити, що сьогодні існує досить багато різних технологій які пропонують широкий спектр можливостей для розвитку медійної грамотності молодших школярів і мають значні переваги для використання в початковій школі.

Отже, ми розглянули основні психолого-педагогічні аспекти мормування медійної грамотності молодших школярів. Вважаємо, що кожен з них має позитивний вплив на цей процес. Вікові та особистісні особливості дітей молодшого шкільного віку, такі як перехід до нового виду ініційованої

навчальної діяльності, впливають на вибір медійних продуктів, які можуть бути використані. Розвиток таких розумово-пізнавальних процесів, як аналіз, синтез і порівняння, визначають напрями опрацювання медійної інформації та вибір медіа продукції, яка може бути використана в початковій школі, а зміни в афективній та спонтанній сферах створюють підґрунтя для ефективного формування афективно-ціннісного ставлення до медіа. Отже, врахування вікових та особистісних особливостей є однією з умов ефективного розвитку медійної грамотності.

2.3. Використання медіазасобів та інтерактивних завдань для формування медійної грамотності молодших школярів

Розкриваючи теоретичні аспекти медійної грамотності у першому розділі ми визначали сутність поняття медіазасоби. Однак, за визначенням мовознавця Л. Петрик, медіазасоби - це об'єкти, пристрої та матеріали, які передають певну інформацію за допомогою слів, зображень і звуків (Петрик, 2015. с. 143–150).

У наукових джерелах вищезгадане поняття тлумачиться наступним чином: технічні засоби, за допомогою яких інформація створюється, записується, копіюється, відтворюється, зберігається, розпізнається та обмінюється.

Існують різні класифікації медіа засобів, Л. Петрик визначає традиційні медіа засоби (газети, радіо, телебачення, кіно-, відео- і фотографія) та новітні медіа (комп'ютери, Інтернет, мобільні телефони).

Дослідник В. Мантуленко у власному дослідженні здійснює такі класифікацію медіа засобів:

- медіа засіб як інструмент, використання якого допоможе традиційний урок зробити цікавішим, надати йому нової форми (підготовка проектів, презентацій тощо);

- медіа засіб як помічник, тобто вчитель може організувати роботу з електронними словниками, інтернет-порталами тощо;
- медіа засіб для комунікації, використовуються як передача чи сприйняття інформації: відеоконференції, електронні листи, тощо.

Розуміючи такий поділ вчитель зможе зрозуміти та легше зробити вибір медіа засобу на уроках, які з його використанням будуть ефективнішими.

Проаналізуємо сучасні медіазасоби, які вчитель може використовувати на різних уроках початкової школи з метою навчання та виховання молодших школярів.

Вчителі часто використовують *YouTube*, онлайн-сервіс (веб-сайт), де розміщуються відео, щоб надати учням можливість переглядати рекламні ролики та анімацію. Користувачі можуть додавати, переглядати та коментувати відео. Завдяки простоті та зручності використання *YouTube* став одним з найпопулярніших місць для розміщення відеофайлів. Сервіс включає як професійні, так і аматорські відео, в тому числі відеоблоги. Тут легко знайти тематичне відео, і рекомендувати його учням.

Окрім використання *YouTube*, важливо ознайомити учнів з різними типами телевізійних програм (новинні, розважальні, ток-шоу, ігрові, спортивні, освітні, дитячі), які також є джерелами медіатекстів. *Телебачення* (від грец. *τηλε* - далеко) - загальний термін, що охоплює всі аспекти технології та практики бездротової передачі рухомих зображень разом зі звуком у реальному часі на великій відстані.

Для учнів ознайомлення з телебаченням як важливим джерелом медіатекстів можна використати матеріал уривку з телепередачі про те, як здійснюють озвучку мультфільмів. Далі можна обговорити з учнями переглянуту програму:

- Як, ви вважаєте, чому така розповідь включена до цієї телепередачі? (вона містить пізнавальну інформацію).

- Що ви знаєте дублювання? (це певне озвучення відео продуктк (фільму, серіалу, відеогри тощо).

- Як актори тренуються говорити різними голосами? Також можна познайомити молодших школярів з каналом, на якому є інформація про різні країни різними мовами.

Окрім телебачення, учнів початкової школи можна ознайомити з можливостями *радіо* як джерело медіаінформації. Цікавим для такого знайомства є різні радіовистави, волонтерські проекти для дітей «Книги, що говорять. Вір в Україну» (Старагіна, Волошенюк, 2021, с. 61).

Учнів початкових класів можна ознайомити з таким медіа засобом як *вебсайт*. Спершу вчитель може обговорити з учнями різні елементи вебсайту, а саме: назву, логотипи, розглянути рубрики, демонструючи цим самим, як працює сайт в онлайн-режимі, та потім через певний час молодшим школярам можна для розширення їхніх уявлень запропонувати матеріал для читання з питаннями від учнів та відповідями на них від учителя. Наприклад: «Тетянка: журнал надзвичайно цікавий, але в мене стільки справ, що я не встигаю стежити за всім. Що робити? Експерт: саме з цією метою на всіх якісних сайтах, де інформація швидко оновлюється, існує підписка. На сайті журналу — це кнопка жовтого кольору, натиснувши на яку можна підписатися на всі оновлення інформації, аби нічого корисного не пропустити» (Старагіна, Волошенюк, 2021, с. 62). Або наприклад: «Оленка: ой, погляньте, яка кішечка. А я як не стараюся, не маю таких фото. Тепер вона буде і в мене. Експерт: а от тут потрібно зачекати. Адже все на світі має свого автора. Усе, чим ми користуємося у повсякденному житті, особливо в мережі Інтернет, захищено авторським правом. Тобто це означає, що той, хто зробив це фото, має право на винагороду за свою працю. І якщо ти уважно придивишся, то помітиш ось такий значок, який називається копірайтом» (Старагіна, Волошенюк, 2021, с. 62).

Опрацьовуючи на уроках мультфільми чи відеоролики молодші школярі можуть ознайомитися з різними видами *анімації* чи *кіно*. Так, воно

як вид мистецтва є: - художніми, коли шляхом виконавської майстерності втілюються твори драматургії; - документальні, які розкривають реальні життєві, історичні події; - мультиплікаційними коли оживають зображення. Аніматори спершу розігрують рухи, перед тим як розпочинати малювати, для того щоб правильно здійснити зйомки анімації. Для цього треба точно знати за скільки секунд здійснюється крок — і тоді вони можуть планувати, скільки треба малюнків. Також молодші школярі дізнаються про різні факти з історії становлення української анімації.

Можна запропонувати учням передивитися та потім обговорити документальний фільм з рубрики «Українській анімації 90-х рр». Так, наприклад: «Зараз ми подивимося мультфільм, який створили до 90-річчя української анімації. Тут також можна побачити персонажа першого українського мультфільму, який називався «Казка про солом'яного бичка», а також малюнки сучасних художників на тему, як вони уявляють цього персонажа. Тоді бичок мав ось такий вигляд, а яким його побачили сучасні художники, ми зараз подивимося» (Старагіна, Волошенюк, 2021, с. 63).

Відповідно, у процесі такого обговорення, аналізу, порівняння вчитель з учнями обговорює та знайомиться з видами анімації:

- графічною (мальованою) це анімація, де об'єкти малюють автори вручну;
- об'ємною вона створюється з різних матеріалів і може бути лялькова, пластилінова, тіньова, тощо;
- комп'ютерною – це анімація сьогодні досить поширена в якій об'єкти створюються за допомогою комп'ютерних засобів: розрізняють 3-D анімацію; 2-D анімацію (flash-анімація) і т.п.

Також важливим елементом медіа засобу є *робота з титрами*, яка є важливою для формування у молодших школярів вмінь медійної грамотності та виокремити важливу інформацію. Учні можуть дізаватися про те, що титри бувають вступними / прикінцевими (назва мультфільму, перелік учасників створення мультфільм чи фільму) і титри в середині.

Опрацьовуючи на уроках різні мультфільми, учні вчаться виокремлювати важливу для них інформацію дізнаючись хто створив мультфільм. Так, наприклад, учням можна запропонувати переглянути мультфільм «Мандри Лірника Сашка. Моя країна Україна» та разом у класі опрацювати наступне завдання: «Поміркуйте, про які професії йдеться в таблиці та заповніть її відповідними назвами та іменами з прізвищами творців серіалу. Перегляньте кінець мультфільму з титрами та знайдіть там відповідну інформацію» (Старагіна, Волошенюк, 2021, с. 65).

Далі вчитель може з учнями працювати над такими запитаннями: Хто є автором історії, яка розкрита в мультфільмі? А хто придумав мову анімації? Хто малював героїв мультфільму? Таким чином діти поглиблюють свої знання щодо медійної грамотності.

Серед викликів розвитку медійної грамотності важливо навчити учнів користуватися всіма можливостями, які пропонують нові комунікаційні технології. Прикладом є *віртуальні екскурсії*. Вчителі можуть розповісти учням, що не так давно, близько 40 років тому, люди почали замислюватися над тим, як розширити свої можливості для подорожей. Ця можливість з'явилася завдяки появі Інтернету. Особливою популярністю користуються онлайн-подорожі до музеїв та галерей. Їх називають «віртуальними», що означає уявний.

На уроці вчитель може запропонувати учням попрацювати у групах і спланувати віртуальні екскурсії. Для цього учням треба обговорити та записати 5 місць, які вони хотіли б відвідати, скориставшись мережею Інтернет. З цією метою вчитель пропонує молодшим школярам обрати музей для відвідування. Після так званої екскурсії учитель пропонує заповнити «Щоденник віртуальних подорожей», де робити наступні записи: «Назва музею; назва його веб-сторінки; дата подорожі; що нового дізналися; що б ще хотіли дізнатися; який факт найбільше вразив» (Старагіна, Волошенюк, 2021, с. 75). Цей щоденник можна вести індивідуально або в класі. Учні

будуть робити відповідні записи про відвідування музею, яке відбулося в цьому класі.

Ознайомлення з *графічними зображеннями, логотипами*. Медіа інформація часто містить різноманітні зображення, зокрема фотографії та логотипи. Оскільки ці зображення часто є частиною інформації, навчити учнів інтерпретувати їх є важливим завданням у розвитку медійної грамотності. Як можна зацікавити учнів цією діяльністю? Наприклад, можна запропонувати їм попрацювати із зображеннями з туристичних путівників, які стосуються одного й того ж міста. Учнів просять поміркувати, що спільного між цими зображеннями. Чому всі вони пов'язані з цим містом?

Як варіант творчої роботи з логотипами можна учням запропонувати розробити логотип їхнього міста, вулиці, школи або навіть прізвища чи імені.

Учні можуть продовжити роботу над графічними елементами медійної грамотності ознайомившись з різними *шрифтами* та роллю шрифтів у текстах. Молодші школярі можуть прочитати тексти про шрифти та виконати різні завдання.

Вчитель розповідає про те, що ми щодня бачимо різні білборди на дорозі вулиць, вивіски у магазинах та установах, реклами різноманітних харчових упаковок, рекламні оголошення, листівки тощо. Запиту чи помічали учні, що вони мають різний шрифт. Далі пояснює, що: «шрифт - це тип накреслення літер, усі літери у шрифті схожі одна на одну і відрізняються від інших шрифтів» (Старагіна, Волошенюк, 2021, с. 77). Далі можна поговорити про різну товщину шрифтів, яка відображається у насиченості шрифту, існують такі шрифти: світлий, напівжирний та жирний.

Використання *візуального медіапродукту* є також важливим аспектом для формування медійної грамотності молодших школярів. Малювання власних ілюстрацій дуже важливе для аналізу та інтерпретації літературних творів. Ілюстрації можуть бути реальними чи вигаданими, а можуть ґрунтуватися на прочитаній книжці та словесному описі того, що дитина хоче намалювати. Наприклад, якщо учням другого класу дається уривок з

дитячого оповідання Івана Андрушака «Третій сніг», вчитель може спочатку прочитати й обговорити текст, а потім почати малювати ілюстрації. Під час роботи над ілюстраціями можна запропонувати учням поміркувати над різними питаннями.

Також, ілюструвати, наприклад, комп'ютерні ігри, а не літературні твори - не менш цікава робота для учнів початкових класів. Вчителі можуть використовувати ресурс онлайн-ігор про космос, щоб розширити уявлення учнів про те, які існують космічні ігри і чого вони можуть навчитися, граючи в них. Учні працюють в парах, обговорюють свої ідеї та створюють спільну ілюстрацію гри. Для створення творчої атмосфери вчитель використовує музику. Завдання зі створення ілюстрацій можна виконувати різними способами, індивідуально або в групах.

Виготовлення театральних афіш - це завжди спільний процес. Учні об'єднуються в групи, розподіляють ролі та вирішують, хто буде режисером, а хто робитиме афіші. Поки актори та режисер репетирують, художники готують плакати. Створення плакату до фільму має мотивувати учнів. Перегляд мультфільму та вилучення інформації з титрів є необхідним перед початком роботи над створенням плакату до мультфільму. Наприклад, після перегляду мультфільму «Котик і півник» вчитель може спочатку запропонувати завдання на пошук інформації: «Прочитайте титри до мультфільму. Запишіть прізвище та ініціали режисера для однієї групи, ім'я оператора для другої групи та ім'я художника, який намалював персонажів для третьої групи».

Виготовлення плакатів може допомогти учням краще зрозуміти труднощі створення будь-якої реклами. Наприклад, це може спонукати учнів замислитися над тим, що вони вміють робити найкраще і чому вони могли б навчити своїх однокласників.

Створення постів у соціальних мережах стає сьогодні важливою медійною навичкою для дітей. Перед початком роботи вчитель пропонує наступні питання для обговорення: «Чи знаєте ви, що таке соціальна мережа?

(сучасне середовище спілкування в мережі Інтернет). Чи відомо вам, якими соціальними мережами користуються ваші батьки?» (Старагіна, Волошенюк, 2021, ст.79). Дітям треба пояснити, що в соціальних мережах, окрім можливості спілкуватися з друзями й знайомими, можна знайти багато різноманітної інформації, як корисної так і шкідливої. Їй корисної.

Вчитель має надати учням правила написання посту в соціальних мережах, що подано нами у додатку Б.

Після знайомства з правилами учням пропонується уявити, що в їхній школі існує соціальна мережа. Вона захищена від сторонніх, і тільки учні й вчителі можуть обмінюватися інформацією. Учні намагаються написати статтю для розміщення в цій соціальній мережі. Це може бути оголошення про подію, яка відбулася або відбудеться в школі, або цікава інформація про щось про шкільне життя. Учням пропонують обрати тему на свій розсуд. За потреби запропонувати можна використовувати орфографічний словник.

Створення «сайтів» – цікаві та сучасні знання які є елементом медійної грамотності. Учні початкової школи ще не можуть технічно створити веб-сайт, але вони можуть почати готуватися до цього вже зараз. Наприклад, за допомогою моделі учні можуть «побудувати» свій власний веб-сайт, хоча й лише на папері. Спочатку варто пригадати елементи веб-сайту, використовуючи такі нотатки:

- заголовок;
- логотип - графічне зображення, яке робить сайт унікальним;
- домашня сторінка - визначте, що є найважливішим на сайті;
- головний розділ (рубрика);
- пошук - допомагає відвідувачам швидко знайти те, що їх цікавить;
- повідомлення про авторські права - вказує на те, хто створив сайт.

Далі учні працюють у групах, обговорюють, який сайт вони хочуть створити, відповідають на запитання, придумують логотип і розробляють дизайн головної сторінки сайту.

Створення аудіо- чи відеозапису. Одним із завдань для створення аудіозапису може бути рольова гра «Запис аудіокниги». Хто буде актором, а хто оператором, який записуватиме читання актора по телефону? Актори репетирують, а оператор консультується з вчителем, щоб навчитися правильно записувати. Запис триває одну хвилину. Потім учні міняються ролями. Коли вони закінчили, учні прослуховують свої записи в парах і обговорюють, що добре, а що потрібно покращити. Якщо в класі небагато телефонів з функцією запису голосу, гру можна провести, призначивши кожній групі «оператора» з телефоном з відповідною функцією.

«Озвучування мультфільмів» - ще одне цікаве завдання для учнів. Наприклад, при роботі з мультфільмом «Горщик для сміху» персонажі не мають діалогів. Учні повинні створити діалог для епізоду і, використовуючи стоп-кадри, озвучити епізод вголос.

Таким чином, для формування медійної грамотності молодших школярів вчитель може використовувати різні медіа засоби та медіа інструменти такі як: YouTube, Телебачення, раді, вебсайт, соціальні мережі. При цьому вчитель організовує різні види роботи з учнями як індивідуальні, так і групові з використанням різних інтерактивних завдань: створення анімації чи кіноробота; робота з титрами; віртуальні екскурсії; ознайомлення з графічними зображеннями, логотипами, шрифтами; використання візуального медіапродукту; створення постів у соціальних мережах, «сайтів», створення аудіо- чи відеозапису, «Озвучування мультфільмів». Така робота на уроках у початковій школі забезпечить формування елементів медійної грамотності молодших школярів.

2.4. Застосування вправ та ігор для формування медійної грамотності молодших школярів

Для більшості дітей та молоді сучасні медіа, особливо Інтернет, є чимось більшим, ніж просто засобом пізнання навколишнього світу. Це їхній світ, віртуальна реальність. Діти мають справу з новими технологіями з набагато більшим задоволенням, ніж дорослі. У цьому відношенні діти отримують задоволення і набагато спокійніше ставляться до нових технологій, ніж дорослі.

Медіа-технології можуть бути хорошим інструментом для розширення знань, накопичення цінностей, розвитку критичного мислення і, найголовніше, формування медійної грамотності учнів.

Тому перед сучасною освітою стоїть важливе завдання - навчити молодь розуміти медіаінформацію, дати їй уявлення про механізми та наслідки її впливу на глядачів, читачів і слухачів. Навчити дітей шукати та перевіряти інформацію, створювати медіатексти.

Нами систематизовано ряд вправ та ігор, які вчитель може використовувати у початковій школі на різних уроках, адаптовуючи їх під той чи інший навчальний матеріал. Окремі види та форми подано нами у додатку В. Проаналізуємо мету завдання та способи організації ігор та вправ для молодших школярів.

Гра «Машина часу». Ця гра розвиває уяву, творчі здібності та медіа навички дітей молодшого шкільного віку. Дотримуючись правил гри, учасники уявляють, що сталося б з улюбленими героями відомих фільмів, мультфільмів і серіалів, якби вони опинилися в іншому часі, в іншій країні чи місті.

Рольова гра-імпровізація «Новини». Гра допомагає дітям познайомитися з медіа-професіями, розвинути уяву та творчі здібності. Під час гри команди можуть перевтілюватися в «репортерів», «ведучих», «кореспондентів» тощо. «Програми новин» можуть охоплювати різноманітні теми, наприклад, новини про себе та свою сім'ю, новини про друзів або про те, що сталося минулої доби. Яку б тему не було обрано, головне, щоб новини були актуальними, правдивими та цікавими.

Гра «Кращий сюжет для фотографії». Це завдання в цікавій формі знайомить учнів з такими поняттями зі світу медіа, як сюжет, композиція та планування. Воно також дозволяє учням навчитися добре володіти своїм тілом, розвинути вміння виражати міміку та жести, створювати цікаві образи, передавати характеристики персонажів зображених на фотографіях, а також сприяти розвитку уяви та критичного мислення.

Учням пропонується така ситуація: «Припустімо, що фотограф, який довго шукав вдалий об'єкт для зйомки, знайшов дуже цікавий сюжет. Пригадайте, що на фотографії немає ні руху, ні звуку, і що вона може передати характер і атмосферу лише за допомогою міміки, жестів і мови тіла. Допоможіть фотографу побачити найцікавіші історії.

Таким чином, учні повинні використовувати свою уяву та фантазію для створення «фотографій-історій». Головними героями можуть бути люди різних професій та вікових груп (продавець, пожежник, бабуся, поважний чоловік), тварини, птахи (кіт, кролик, курка тощо), а також неживі предмети (каструля, мобільний телефон, планшет, комп'ютерна книга тощо).

Гра «Що за чим?». Мета цієї гри - передати зміст екранних медіатекстів. Можна використовувати дитячі малюнки до мультфільму або фільму. Діти розкладають малюнки по порядку. Приклад: казка «Ріпка». Розіграйте ситуацію: «Дідусь і бабуся намагалися пригадати, що з ними сталося. Але раптом подув вітер, і всі картинки переплуталися. Розставте малюнки по порядку. Учні переказують казку, відтворюючи події.

Вправа «Назви фото». Учні повинні вирізати фотографії з журналів і газет, наклеїти їх на папір і написати свій підпис або скласти вірш.

Гра «Віриш чи ні?». Гра розвиває увагу та вміння розрізняти неправдиву та правдиву інформацію. Ведучий зачитує або записує на аркуші паперу кілька речень. Наприклад, «Влітку на вулиці спекотно», «Восени птахи відлітають у теплі краї», «У котів три ока». Дитина повинна сказати, яке з тверджень неправдиве, а яке - правдиве. За кожну правильну відповідь гравці отримують по одному балу. На наступному етапі гри можна

ускладнити, попросивши інших гравців назвати «правдиві» та «неправдиві» твердження.

Вправа «Монтаж». У цій творчій вправі використовуються фотографії зі старих газет і журналів. Діти створюють колаж з різних фотографій. Темі колажів різноманітні: «Моє улюблене місто!», «Мої друзі», «Натюрморт» тощо. «Мої друзі», «Натюрморт» тощо.

Гра «Озвучка». Ця гра розвиває уяву та креативність. Для гри учасникам потрібно записати уривок з мультфільму, дитячого оповідання або реклами. Після того, як ролі розподілені, звук телевізора вимикається, і учасники самі висловлюються. Діти можуть озвучувати не лише людей, а й тварин та неживі предмети (наприклад, дерева чи будинки, що розмовляють).

Гра «Стоп кадр». Гра, що розвиває увагу, пам'ять та артистичні здібності. Гравцям показують кадр з відомого мультфільму або фільму і просять відтворити монолог від імені героя, зображеного на ньому. Інші діти виступають у ролі суддів.

Вправа **«Неповні новини: небезпека маніпуляцій»**. Мета цієї вправи - ознайомити учнів зі стандартами доброчесності інформації. Вчителі надають для аналізу новини, які мають відповідати на питання «хто», «що», «де», «коли», «чому» і «як» відповідно до правил новинної журналістики. Учні мають перевірити, чи відповідає новина на всі запитання, а якщо ні, то чи пояснює вона, чому певна інформація відсутня. Також, учні повинні володіти різною медіа термінологією, з метою вчитель може учнів поступово ознайомлювати з ними. Для цього нами систематизовано термінологічний словник з медійної грамотності (див. додаток В).

Вправа «Червона шапочка». Вправа має на меті дослідити такі поняття, як «точка зору» та «редакційна політика» на конкретних прикладах, а також зрозуміти, як особисті погляди, уподобання та стереотипи журналістів впливають на контент. Завдання полягає в тому, щоб, працюючи в групах, розповісти історію Червоної Шапочки: 1) Вовче телебачення - телеканал, присвячений захисту вовків; 2) орган казкового королівства, який

висвітлює досягнення лісорубів та інших мешканців; 3) захисниця прав дітей, яка виступає проти жорстоких батьків, що відправляють своїх дітей до лісу. Блогери соціальних мереж.

Вправа «Сніжинка». Ця вправа допомагає проілюструвати, наскільки точно учні можуть розуміти інформацію, яка сприймається лише одним органом чуття - слухом. У цій вправі учні дізнаються, що форма сніжинки відрізняється для людей. Це демонструє, що кожен сприймає інформацію по-своєму і що медіа не відображають реальність, а лише репрезентують її.

Щоб потренуватися розрізняти інформацію та пропаганду, учнів попросили назвати один факт і одне судження про свого друга. Судження було легше висловити, ніж факти! Учні зрозуміли, що значна частина інформації не є фактами, а нашими власними судженнями.

Практика показує, що молодші школярі дуже вузько сприймають терміни «інформація» та «джерела» як певні знання, отримані з книжок, інтернету тощо. Їм також ще важко відокремити факти від суджень. Тому вчителі допомагають учням усвідомити, що кожен елемент їхнього оточення містить певну інформацію. Такі знання допомагають дітям уникнути маніпулювання їхньою поведінкою.

Дискусія **«Інтернет – користь чи шкода».** Педагоги ділять дітей на дві команди і пропонують їм стати опонентами. Тобто вони пропонують їм поставити під сумнів і подискутувати щодо правильності тези та відстояти свою точку зору (доводити свою думку аргументами - це дуже важливо, і саме цього треба вчити дітей!). Усі теми пов'язані з повсякденною діяльністю в Інтернеті й іноді можуть зачіпати погляди людей, що викликають суперечки. Одна команда повинна знайти позитивні та корисні аспекти цих дій, тоді як інша команда повинна знайти негативні та шкідливі аспекти тих самих тверджень. Ці твердження можна зачитати учням, прикріпити на дошці або роздати кожній групі у вигляді карток.

Після того, як будуть знайдені плюси і мінуси кожного твердження, вчитель повинен дозволити дітям зробити власні висновки. Звичайно, це

залежить від особистих цінностей і поглядів на життя кожного. Однак не варто повністю замінювати реальне спілкування віртуальним. Учні, які взяли участь в обговоренні розуміють, як функціонують сучасні комп'ютери; розуміють що таке інтернет; знають як шукати інформацію в Інтернеті; знають як зберігати потрібну інформацію; вміють застосовувати правила безпечного користування комп'ютером; розуміють необхідність реального, живого спілкування та небажаність заміни його віртуальним спілкуванням.

Гра «Жонглювання нікнеймами». Учасники пишуть свої справжні імена і, щоб захистити свою приватність, кожен придумує можливий інтернет-псевдонім. Потім вони кидають м'яч один одному. Той, хто кидає м'яч, повинен назвати справжнє або вигадане ім'я того, кому кидають м'яч. Якщо людина, якій кидають м'яч, називає псевдонім, вона повинна зловити м'яч; якщо його називають справжнім ім'ям, вона повинна ухилитися від м'яча і присідає; якщо він присідає тричі, гра закінчується. Залежно від кількості учнів, цю вправу можна пришвидшити.

Подумайте про імена та прізвиська і про те, чому тричі помилившись, ви вийдете з гри: чим більше ви використовуєте своє справжнє ім'я в Інтернеті та соціальних мережах, тим більше інші люди дізнаються про вас. Вони можуть зібрати інформацію про вас і створити профіль, про який ви не знаєте.

Медійна грамотність стає сьогодні інструментом розвитку найважливіших людських якостей, необхідних для життя в суспільстві. На уроках у початковій школі вчитель може впроваджувати окремі елементи вищеописаних вправ та ігор (див додаток Г). Використання вищеописаних вправ та ігор на формування медійної грамотності молодших школярів впливає на формування громадянської, соціальної та медіакомпетентності учнів, тобто здатності критично мислити, навичок пошуку, аналізу та оцінювання інформації, свідомого ставлення до медіаповідомлень на основі вивчення джерел інформації. Учні зможуть шукати та перевіряти

інформацію, аналізувати вплив медіатекстів та створювати їх, починаючи з молодшого шкільного віку.

Висновки до розділу 2

У другому розділі нами *проведено констатувальне дослідження* процесу формування медійної грамотності молодших школярів. З цією метою розроблено діагностичний інструментарій до якого входять критерії, відповідні їм показники, рівні та методики. Результати проведеного емпіричного дослідження дали змогу виявити не достатній рівень сформованості медійної грамотності молодих школярів та зумовив потребу в удосконаленні цього процесу. З цією метою нами *описано організаційно-педагогічні умови* формування медійної грамотності молодших школярів, такі як: врахування основних психолого-педагогічних аспектів формування медійної грамотності молодших школярів; використання медіазасобів та інтерактивних завдань для формування медійної грамотності молодших школярів; застосування вправ та ігор для формування медійної грамотності молодших школярів. Вважаємо, що системне впровадження відповідних умов, використання описаних технологій, засобів, вправ та ігор забезпечить належне формування медійної грамотності молодших школярів у процесі навчання у початковій школі.

ВИСНОВКИ

Досліджуючи проблему формування медійної грамотності молодших школярів ми зрозуміли її багатогранність, складність і, у процесі здійсненого наукового пошуку, сформулювали наступні висновки.

1. Вивчення теоретичних аспектів медійної грамотності молодших школярів дало можливість проаналізувати дефініції цього поняття: «медіа», «грамотність», «медіазасоби», «медіаінформація» тащо та узагальнити, що: *медійна грамотність молодших школярів* це система знань та умінь створювати та аналізувати найпростіші медіапродукти шляхом використання різних медіа-засобів, методів отримання та передачі інформації з метою виховання ціннісних орієнтацій, здатність дотримуватися культури медіаспоживання, вміння розпізнавати елементи критичного мислення. Сучасні новітні медіа, посідають важливе місце в освітній сфері учнів. Молодші школярі сьогодні мають можливість легко і швидко за допомогою медійних засобів пізнавати світ шляхом використання різних медіа джерел. Застосування медіа сьогодні для багатьох учнів замінює традиційне джерело здобуття інформації, освіти та соціалізації.

2. Врахування сутності поняття медійної грамотності нами у науковому дослідженні, виокремлено *структурні компоненти* медійної грамотності молодших школярів такі як: *ціннісно-мотиваційний* який відповідає за якість сприйняття та усвідомлення контенту, який сприймається молодшим школярем, за формування особистісних цінностей молодших школярів у процесі користування гаджетами, споживанням медіа продуктів та полягає у мотивації та системі мотивів учня, які повинні бути спрямовані навчання та бажання здобувати нові знання за допомогою гаджетів; *когнітивно-операційний компонент* що містить систему знань, умінь та навичок користуватися медіа продуктами та медіа засобами з метою навчання та здобуття основних знань; *рефлексивно-поведінковий компонент* полягає у здатності здійснювати рефлексію та самопізнання молодшим

школярем власних ді, операцій та результатів використання медійних ресурсів під час навчання у початковій школі, спрямований на формування позитивної поведінки школяра у наслідок сприйняття різної медіаінформації. Та розкрито *функції* медійної грамотності молодших школярів: комунікативну, мотиваційну, культурологічну, адаптивну, проєктивну та аналітичну. Проаналізовано основні *нормативні документи* (Державний стандарт початкової освіти, Концепцію «Нова українська школа», освітні програми О. Савченко, Р. Шияна) та навчальні підручники початкової освіти і з'ясовано, що вони містять елементи формування медійної грамотності.

3. Проведено *констатувальне дослідження* процесу формування медійної грамотності молодших школярів. З цією метою розроблено діагностичний інструментарій до якого входять *критерії*: ціннісно-мотиваційний, когнітивно-операційний, рефлексивно-поведінковий, відповідні їм *показники, рівні*: низький, середній, високий та *методики*: «Драбинка мотивів» Л. Божович та А. Маркова; авторська анкета «Я у світі медіа»; система завдань та вправ розроблена автором А.Куцурба. Результати проведеного емпіричного дослідження дали змогу виявити не достатній рівень сформованості медійної грамотності молодих школярів (41,2 % переважає низький рівень) та зумовив потребу в удосконаленні цього процесу.

4. Описано *організаційно-педагогічні умови* формування медійної грамотності молодших школярів. *Першою умовою* є: врахування основних психолого-педагогічних аспектів формування медійної грамотності молодших школярів, яка реалізується через: врахування вікових та індивідуальних особливостей молодших школярів у роботі з медіазасобами; організацію поетапності роботи щодо формування медійної грамотності; використання різноманітних вправ на уроках у початковій школі; використання різноманітних медійних технологій (Додаток Kahoot, Онлайн-гра «Медіазнайко», Програма Pixton, PowerPoint, Canva та ін.). *Другою умовою* є використання медіазасобів та інтерактивних завдань для формування медійної грамотності молодших школярів: YouTube,

телебачення, вебсайт, анімації чи кіно, віртуальні екскурсії, ознайомлення з графічними зображеннями, логотипами, шрифтами, використання візуального медіапродукту, створення постів у соціальних мережах, створення «сайтів», «Озвучування мультфільмів» та ін. *Третьою умовою є:* застосування вправ та ігор для формування медійної грамотності молодших школярів: «Машина часу», гра-імпровізація «Новини», «Кращий сюжет для фотографії», «Що за чим?», Вправа «Назви фото», «Віриш чи ні?», «Монтаж» та ін.

Перспективою подальших наукових пошуків вважаємо потребу у здійсненні формувального експерименту та перевірки ефективності запропонованих організаційно-педагогічних умов. Також, вивчити зарубіжний досвід формування медійної грамотності молодих школярів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабич А.В. (2017). Використання технології BYOD у процесі навчання в основній школі: *Ukrainian Journal of Educational Studies and Information Technology*. Суть технології BYOD. Т.5, №2. – С.1-4.
2. Баришполець О. (2006). Чинники впливу засобів масової інформації на аудиторію. *Соціальна психологія*. № 6. С. 153– 163.
3. Баришполець О. (2006). Засоби масової інформації та їх вплив на аудиторію. *Соціальна психологія*. № 7. С. 45– 53.
4. Бех І.Д. (2008). Виховання особистості. К.: Либідь, 838 с.
5. Богданець-Білоskalенко Н. (2019). Українська мова та читання. Піручник для 2 класу закл. заг.середн. освіти. (у 2-х частинах) Київ, Грамота, 144с.
6. Большакова І.О. (2020). Українська мова та читання. Піручник для 3 класу закл. заг.середн. освіти. (у 2-х частинах) Харків, Ранок, 112с.
7. Буссел, В. Т. (Ред). (2009). *Великий тлумачний словник сучасної української мови*. Київ, Ірпінь: Перун.
8. Вашуленко М. С. (2021). Українська мова та читання : підруч. для 4 класу закладів загальної середньої освіти (у 2-х частинах). К. : Видавничий дім «Освіта», 168 с.
9. Волошенюк О.В., Ганик О.В., Голошапова В.В. та ін. (2018). Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя Київ: ЦВП, АУП, 234 с.
10. Горська, К. (2016). *Медіаконтент: трансформації на перехресті аналогової та цифрової культур*: монографія. Київ: Інтерсервіс, 380 с.
11. Державний стандарт початкової освіти (2018). Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/87-2018-%D0%BF#Text>
12. Доценко, Л П., Юрчук, П. А. (1971). *Словник української мови*: в 11 т. Київ: Наукова думка, 550 с.
13. Захарійчук М. (2019). Українська мова та читання. Піручник для 3 класу закл. заг.середн. освіти. (у 2-х частинах) Київ, Грамота, 112 с.

- 14.Золотарьова І.О. (2015). Застосування мобільного навчання в системі освіти. Системи обробки інформації. Вип. 4. – С. 147–150. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/soi_2015_4_32.
- 15.Іванов В.Ф., Волошенюк О.В. (2012). Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ: Центр вільної преси, 352 с.
- 16.Іванова І. (2022). Вебінар. Реалізуємо змістову лінію «Досліджуємо медіа» в початкових класах НУШ. Практичні поради для вчителя. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=TRquTJrcuBI&t=4812s>.
- 17.Іць С.В. (2013). Педагогічні медіатехнології у професійній підготовці майбутнього вчителя іноземної мови: навч.-метод. Посібник. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 106 с.
- 18.Кадемія М.Ю. (2011). Інформаційно-комунікаційні технології навчання: словник- глосарій. Львів: «СПОЛОМ», 327 с.
- 19.Концепція «Нова українська школа» (2016). Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>
- 20.Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (2016). Київ, 2016. 16 с.
Режим доступу: <https://mediaosvita.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D1%96%D1%8F-%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8.pdf>
- 21.Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (2023). URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/ (дата звернення: 12.04.2023)
- 22.Корнієнко М. М. (2020). Я досліджую світ : підруч. для 3 кл. закл. загал. серед. освіти (у 2-х ч.). Харків : Вид-во «Ранок», 112 с.

23. Коршунова О. В. (2014). Сходінки до інформатики : підруч. для 3-го кл. загальноосвіт. навч. Закл. К. : Генеза, 176 с.
24. Куцурубa, В. (2019). Формування медіакомпетентності другокласників у контексті освітніх інновацій. Сучасна початкова освіта в поглядах молодих науковців: матеріали II туру Всеукр. конк. студ. наук. робіт зі спеціальності «Початкова освіта» (Вінниця, 23 квітня 2019р.); Міністерство освіти і науки України, ВДПУ ім.М.Коцюбинського. – Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», Вип.8. С.114 – 123.
25. Листопад Н. П. (2021). Математика: підруч. для 4 кл. закладів загальної середньої освіти (у 2-х частинах). Київ : УОВЦ «Оріон», 144 с
26. Литвин А. (2013). Завдання медіаосвіти в підготовці фахівців. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Педагогіка. № 3. С. 31 – 37.
27. Литвин, А.В. (2009). Завдання медіаосвіти в контексті підвищення якості професійної підготовки. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. № 4. С. 9–21.
28. Медіакомпетентність – вміння для життя сучасної людини. Сучасний погляд. 2017. № 4 – 5. Харків: Видавнича група «Основа». – Режим доступу: <http://journal.osnova.com.ua/download/3-476-61664.pdf>.
29. Муковіз, О., Мельничук, В. (2023). Шляхи формування основ медіаграмотності в молодших школярів на уроках інформатики. *Збірник наукових праць Психолого-педагогічні проблеми сучасної школи*. Вип. 1(9), 2023, с. 111-120.
30. Наумчук В. І., Наумчук М. М., Коник Н. Я. (2019) Українська мова та читання : підручник для 2 класу закладів загальної середньої освіти (у 2-х частинах). Тернопіль : Астон, 2019. 144 с.
31. Оляницька Л. (2020). Математика : підруч. для 3 кл. закл. загальн. середн. Освіти. Київ : Грамота, 112 с.
32. Онищук В.О. (2001). Дидактичні основи засвоєння учнями мовних навичок і умінь. Українська мова і література в школі. №3. С. 48 – 53.

- 33.Онкович, Г. В. (2007). *Медіапедагогіка як складова медіакультури*. Збірник наукових праць Кременецького обласного гуманітарно-педагогічного інституту ім. Тараса Шевченка. Кременець: Вид-во КОГПІ ім. Тараса Шевченка, Вип. 1. С. 100–107.
- 34.Онкович, Г.В. (2011). *Медіаосвіта* (Загальний курс). Програма навчального курсу для студентів вищих навчальних закладів. Режим доступу: edu.of.ru/attach/17/82979.doc від 21.09. 2011.
- 35.Павелків, Р. В. (2009). *Загальна психологія*. Київ: Кондор.
- 36.Петрик Л. В. (2015). Класифікація медіа-засобів у науково-педагогічній літературі. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 143–150 с.
- 37.Потятиник, Б. В. (2014). *Медіа: ключі до розуміння*. Серія: медіакритика. Львів: ПАІС, 312 с.
- 38.Разводова, Т. (2020). Медіаграмотність як основна компетенція сучасного педагога. Режим доступу: <https://medialiteracy.org.ua/mediagramotnist-yak-osnovna-kompetentsiya-suchasnogo-pedagoga/>
- 39.Савченко О.Я. (2022) Типова освітня програма для 1-2 класів. Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/programy-1-4-klas/2022/08/15/Typova.osvitnya.prohrama.1-4/Typova.osvitnya.prohrama.1-2.Savchenko.pdf>
- 40.Савченко О.Я. (2022) Типова освітня програма для 3-4 класів. Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/programy-1-4-klas/2022/08/15/Typova.osvitnya.prohrama.1-4/Typova.osvitnya.prohrama.3-4.Savchenko.pdf>
- 41.Сагайдак Г.М. (2013). Медіаосвіта як засіб виховання сучасного школяра. Обрії. 2(37). С. 25–27.

- 42.Скворцова С. О., Онопрієнко С.О. (2020). Математика : підруч. для 3 кл. закл. загал. серед. освіти (у 2-х ч.), Харків : Вид-во «Ранок», 128 с.
- 43.Скрипченко О.В. (2001). Вікова та педагогічна психологія: навч. посіб. К.: Просвіта, 416 с.
- 44.Словник іншомовних слів [уклад.: С.М. Морозов, Л.М. Шкарапута]. – К.: Наукова думка, 2000. – 680 с.
- 45.Срібняк, І. (2018). *Історія журналістики: виникнення та розвиток новинних мас-медіа в країнах Європи, Азії та Північної Америки (XVII-XIX ст.). Підручник для студентів вищих навчальних закладів*. МОН України; ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України»; Київський університет імені Бориса Грінченка (2-ге вид., перероб.), 156 с.
46. Старагіна І.П., Волошенюк О.В. (2021). Нова українська школа: організація медіаосвіти в початковій школі : навчально-методичний посібник. Київ : ПРОПАПІР, 160 с
- 47.Сулім А.А. Медіакомпетентність як результат упровадження медіаосвіти. Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Soc_kom/2011_968/content/sul_im.pd10.69
- 48.Сходинки до інформатики: програма для загальноосвітніх навчальних закладів 2–4 класи. URL: <https://yrok.net/metodyka/navchalni-programy/Pochatkova-shkola/Skhodynyky-do-informatyky-2-4klas.html> с. 126
49. Шиян Р.Б. Типова освітня програма для 1-2 класів. Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/programy-1-4-klas/2022/08/15/Typova.osvitnya.prohrama.1-4/Typova.osvitnya.prohrama.1-2.Shyyan.pdf>
- 50.Шиян Р.Б. Типова освітня програма для 3-4 класів. Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/programy-1-4-klas/2022/08/15/Typova.osvitnya.prohrama.1-4/Typova.osvitnya.prohrama.3-4.Shyyan.pdf>

- 51.Шумаєва, С. (2014). Медіакомпетентність як складова загальної масмедійної просвіти учнів. *Психологопедагогічні проблеми сільської школи: збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*. Умань: ФОП Жовтий О. О., Випуск 48. 320 с.
- 52.Aufenanger, S. (2010). Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. Beck, Uwe. Tagungsband. Karlsruhe, P. 15-21.
- 53.Danesi, M. (2009). Dictionary of media and communications, foreword by Arthur Asa Berger. NY: Armonk New York, 334 p.
- 54.Gray W., Rogers B. (1996) *Maturity in reading: its nature and appraisal*. Chicago: University of Chicago Press, 273 p.
- 55.Havelock E. (1992). *A memoir (with a preface by H. Marshall McLuhan)*. Toronto: Harold Innis Foundation, 453 p.
- 56.Hobbs, R. (2008). The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement. J. of Communication. № 48(1). P. 16–32.
- 57.Literacy for tomorrow (2023). Confintea V. URL: <http://uil.unesco.org/adulteducation/confintea/fifth-conference> (дата звернення: 04.04.2023)
- 58.Richmond, M., Robinson, C., Sachs-Israel, M. (2008). *The Global literacy Challenge: A profile of youth and adult literacy at the mid-point of the United Nations Literacy Decade 2003–2012*. Paris: UNESCO [in English],. с. 7.

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета «Я у світі медіа»

Шановний третьокласику! Просимо дати відповіді на поставлені запитання

1. Що таке медіа?
2. Чи знаєш ти, що таке ЗМІ (засоби масової інформації)?
3. Звідки ти дізнаєшся інформацію?
4. Для чого ти використовуєш Інтернет?
5. Чи знаєш ти, як створювати документи на комп'ютері чи в телефоні?
(документи, презентації, малюнки)
6. Які правила безпеки користування Інтернетом ти знаєш?

Дякуємо за співпрацю!

Правила щодо написання посту в соціальній мережі

1. Завдання першого рядка — захопити увагу читача.
2. Завдання кожного абзацу — утримати читача до наступного.
3. Абзаци повинні бути короткими, їх потрібно писати так, щоб читач міг зрозуміти зміст тексту, навіть якщо пропустив попередній абзац.
4. Не варто забувати про надзвичайно важливе правило — тексти мають бути грамотними: будь-яка пропущена чи зайва кома може не тільки заплутати читача, а й «злякати» його.
5. Текст посту можна підкріпити картинкою, це зробить його помітнішим серед інших новин.



Види та форми роботи з учнями для розвитку медійної грамотності**№1. Завдання картки**

$$2x^2 + 11x + 9 = 0$$



Картки із завданнями, на яких додаю QR-коди із відповідями і, наприклад, із кількістю балів за правильну відповідь. Учень випадковим чином вибирає завдання і отримує негайний зворотній зв'язок.

Робота із картками вже є звичною, але з допомогою QR - кодів, зацікавленість зростає.

Ефективно при закріпленні вивченого матеріалу та відпрацюванні навиків застосування формул, прийомів, алгоритмів.

№2. Групова робота – колаборація

Працюючи в групах, учні разом розв'язують задачі. Знайшовши відповідь, вони можуть негайно перевірити, чи правильно вони виконали завдання. Учні люблять такий підхід, часто дискутують розв'язуючи задачу. Вони також і ініціюють розмови, коли не розуміють, чому дана відповідь є правильною. Такий вид діяльності доцільно організовувати для вивчення нового матеріалу та поглиблення знань з теми.

№3. Марафон

Учні змагаються між собою, щоб відповісти на якомога більше запитань. Кожен отримує завдання. Вони використовують QR-код, щоб перевірити відповідь. Вчитель дає ще один QR-код, щоб надати випадкову кількість балів за кожне питання. Тоді діти змагаються, щоб побачити, хто може заробити найбільшу кількість балів, і вони дуже раді, коли вони

відповідають на запитання і заробляють 100 балів! Чудово мотивує дітей до повторення та узагальнення вивченого, можна використовувати одні й ті самі завдання і на початку теми і в кінці.

№4. Квести

У квесті зручно розташувати завдання у кабінеті математики, також можна і на коридорі на станціях із QR-кодами. Дайте учням маршрутний лист, а потім на кожній станції вони сканують QR-код, щоб отримати інше запитання, щоб пройти своїм маршрутом. Або, озброївшись листом відповідей, щоб записати свою роботу, студенти рухаються від станції до станції, кожен QR-код виявляє іншу задачу чи запитання.

№ 5. Дошка вибору

На дошці намалювати квадрат із номерами завдань. Учні вибирають номер запитання і отримують відповідний QR-код, який містить завдання для виконання, а потім сканують QR-код, щоб побачити, що їм потрібно зробити. Коли вони закінчать це завдання, вони переходять до наступного завдання на дошці вибору. Таким чином маючи всього кілька завдань, можна організувати самостійну роботу учнів і знайдеться час для надання зворотного зв'язку.

Початок роботи з QR-кодами

Завдання QR-коду легко створити. Просто створіть QR-код однією з декількох безкоштовних програм зчитування QR-кодів (наприклад -QRStuff) та скопіюйте/вставте їх у документ. Учні можуть використовувати програму зчитування QR-кодів на планшеті чи на своєму телефоні.

Термінологічний словник з медійної грамотності

(Автори І.Сарагіна, О.Волошенюк, О.Мокрогуз)

Анімація — вид кіномистецтва, твори якого створюються шляхом знімання послідовних фаз руху намальованих (графічна анімація), об'ємних (об'ємна анімація) або цифрових (комп'ютерна анімація) об'єктів.

Аудиторія медіа — стійка сукупність людей, об'єднаних спільними інформаційними потребами.

Відеогра — непродуктивна діяльність, мотив якої полягає в самому процесі. Дії гравців координує комп'ютерна програма, що організовує ігровий простір і може виступати в ролі партнера або встановлювати зв'язок між гравцями.

Інформація — будь-які дані, які закріплені людиною на матеріальному носії для передавання в часі та/чи просторі.

Кіберпростір — поняття, введене в ужиток письменником вільямом гібсоном у творі «нейромант»; являє собою віртуальний простір, в якому циркулюють електронні дані всіх комп'ютерів світу.

Комунікація — процес передавання інформації як механізм взаємин між людьми. Розрізняють міжособистісну, групову, масову комунікацію, а також автокомунікацію.

Критичне мислення (бачення, оцінювання) — психологічний механізм медіаграмотності, здатність до сприймання повідомлень такими, якими вони є, подальше оцінювання у відповідному середовищі, глибоке й детальне розуміння історичного, економічного та художнього контекстів систем, поданих у повідомленні, вміння вловлювати нюанси в поданні інформації, бачити відмінність від форм подання інших повідомлень на цю тему, здатність зробити висновки про сильні та слабкі сторони повідомлення.

Маніпуляція — спеціальний спосіб, що впливає на поведінку індивіда чи групи осіб у суспільстві, змушує їх піддаватися впливові.

Медіаграмотність — розуміння способів, за допомогою яких медіа створюють різні типи повідомлень, а також того, як вони подають інформацію і які методи використовують для організації матеріалу, критичний погляд на медіаконтент.

Медіаосвіта — формування медіаграмотності на матеріалах та за допомогою масмедіа, кінцева мета якої — критичне сприйняття медіаповідомлень.

Медіарепрезентація — інтерпретація медіаканалом певних подій, фактів та явищ.

Медіатекст — повідомлення, текст будь-якого медійного виду і жанру.

Меседж — найважливіша ідея, яку має взяти з новини, публікації, блогу, інтерв'ю, репортажу, ток-шоу, фільму, літературного чи музичного твору, реклами тощо цільова аудиторія.

Мультимедіа — комбінування різних форм подання інформації на одному носієві, наприклад, текстової, звукової, графічної або, впродовж останнього часу, — анімаційної і відео.

Нові медіа — термін, який у кінці ХХ століття почали застосовувати до інтерактивних електронних видань і нових форм комунікації виробників контенту зі споживачами для позначення відмінностей від традиційних медіа (наприклад, газет); цим терміном також позначають процес розвитку цифрових та мережевих технологій і комунікацій.

Реклама (від лат. Reclamare — поновлювати крик, знову кричати, кликати, голосно заперечувати) — спеціальна інформація про осіб чи продукцію, що розповсюджується в будь-якій формі та будь-яким способом із метою прямого чи опосередкованого одержання прибутку або привернення уваги до соціальних проблем.

Фотографія — зафіксована за допомогою фотокамери в електронному або плівковому вигляді миттєвість життя.

Фрагмент уроку з формування медійної грамотності

Тема: *Я у школі.*

Мета: Розвиток мовлення: «школа майбутнього» мета: вдосконалювати навички правильного та виразного читання текстів вголос, записувати окремі слова та речення, дотримуючись правил оформлення речення на письмі, ознайомити з коміксом та відео як медіапродуктами; розвивати мислення, увагу, пам'ять учнів; формувати вміння аналізувати, порівнювати, оцінювати, інтерпретувати інформацію, що надходить з різних джерел; виховувати бажання вчитися та пізнавати світ медіа.

Обладнання: іграшковий робот, девайси учнів.

Типи вправ: мотиваційні, інформаційно-пізнавальні

Фрагмент уроку

Оголошення теми та мети уроку.

- Діти, погляньте, хто завітав до нас урок? (робот)

- а як ви гадаєте, чи є школа, у якій навчаються самі роботи?

Яка вона?

Чи відрізняється вона від нашої?

Розкажіть про це сусідам по групі.

Робота з власними девайсами

- зараз, будь ласка, зайдіть у наш чат вайбера і натисніть на посилання, яке я надіслала.

- перейшовши за ним, ви потрапите в наш електронний клас, а саме на цікаву гру «обери правильну відповідь».

На малюнку подано фрагмент...».

В ній необхідно визначити, чим є подане зображення: фрагментом коміксу, пісні, мультфільму чи гри? (коміксу)

- Діти, а що таке комікс?

Що в ньому особливого?

Чим відрізняється він від звичайного малюнку?

Робота підручником

- Розгляньте малюнок, скажіть, що там відбувається?

Чому ви так гадаєте?

- хто головні герої?

- де відбуваються події?

- який фрагмент коміксу?

Опишіть. Яскравий чи ні? Багато предметів зображено? Які?

- Чи подобається?

Покажіть на спектрі емоцій, які викликає даний комікс.

Робота з qr-кодом, перегляд відео.

а чи багато ви знаєте про роботів?

Чи зустрічаються у вашому житті?

Які? Хочете дізнатися більше?

Зараз кожна пара учнів отримає картку з qr-кодом, ви маєте розблокувати телефон чи планшет та на робочому столі знайти рисунок з написом «сканер».

Натисніть на нього. Наведіть на qr-код так, щоб він потрапив у рамку сканера.

-Перегляньте цікаве відео про роботів.

- Чи сподобалось воно вам?

Що вас здивувало?

Чи цікаво було б вчитися в такій школі?

сьогодні ми побуваємо саме в такій кібершколі.

Давайте прочитаємо цікавий вірш про головних героїв нашого коміксу?

Вивчення нового матеріалу

Закріплення вивченого матеріалу

Підсумок уроку

Домашнє завдання