

Звичайно, що значення поняття війни неможливо замінити жодним неологізмом, новотвором чи неосемантизмом. Але мова війни, зокрема військова лексика, може демонструвати достатній рівень лінгвальної розвиненості українців, можливості та рівень української мови. Це досить важливо для подальшого дослідження впливу воєнного періоду на мовну культура та ситуацію мови загалом.

Список використаної літератури

1. Кокотюха А. Врятувати березень. Харків: Вид-во «Ранок», 2022. 240 с.
2. Лакофф Г., Джонсон М. Метафори, якими ми живемо. Chicago&London: University of Chicago Press. 1980. С. 3
3. Сюта Г. М. Мовна реальність періоду війни: актуальні тексти і словник. Актуальні проблеми міжкультурної комунікації: зб. матеріалів I Міжнародної наук.-практ. конф., м.Луцьк, 06 квітня 2022 року. Луцьк: ЛНТУ: ІВВ Луцького НТУ, 2022. С. 82–86.

Лущик Марія,

Науковий керівник - спеціаліст вищої категорії,
викладач-методист КЗ ЛОР «Бродівський фаховий педагогічний
коледж імені Маркіяна Шашкевича»
Ірина Лагола

РЕАЛІЗАЦІЯ ЗМІСТОВОЇ ЛІНІЇ «ДОСЛІДЖУЄМО МЕДІА» НА УРОКАХ МОВНО-ЛІТЕРАТУРНОЇ ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ

Постановка проблеми. У сучасному освітньому процесі актуально постає питання про реформування освіти відповідно до умов життя суспільства. Результатами цього процесу є впровадження Нової української школи та нового Державного стандарту початкової освіти, який передбачає

виокремлення нових змістових ліній. Однією з таких ліній є лінія «Досліджуємо медіа».

Медіа стає основним джерелом здобуття інформації для сучасних школярів. Тому перед освітою постає нове завдання – навчити учнів орієнтуватись у медіатекстах, опрацьовувати, оцінювати медіапродукти та вчитись використовувати їх на практиці. Всі ці завдання можна реалізувати на уроках мовно-літературної освітньої галузі.

Аналіз останніх досліджень. Медіаосвіта проголошена одним із пріоритетних напрямів у педагогіці XXI століття. Теорія і практика медіаосвіти привертає увагу вітчизняних науковців до широкого кола проблем. Зокрема, В. Іванов розглядає історичні та сучасні тенденції розвитку сучасної медіаосвіти; Н. Духаніна розкриває модель застосування медіаосвітніх технологій; Ю. Казаков вказує на педагогічні умови застосування медіаосвіти у процесі підготовки майбутніх учителів; І. Курліщук характеризує педагогічні основи соціалізації студентської молоді засобами масової комунікації; І. Сахневич описує педагогічні умови застосування медіаосвітніх технологій у професійній підготовці майбутніх фахівців.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На уроках мовно-літературної освітньої галузі вчителю важливо зосередити увагу на критичне сприйняття учнями медіапродукції. Це включає аналіз медіапродуктів, які стимулюють розвиток критичного мислення та формування навичок критичного оцінювання інформації, що сприяють розвитку медіакомпетентності учнів, готують їх до життя в сучасних інформаційних умовах.

Мета статті. Метою статті є аналіз впровадження змістової лінії «Досліджуємо медіа» на уроках мовно-літературної освітньої галузі з метою розвитку в учнів критичного мислення, аналітичних навичок та грамотному використанні медіа. Реалізація цієї лінії сприяє формуванню у молодшого

покоління адекватного сприйняття інформації, свідомого використання медіа та розвитку медіаграмотності.

Виклад основного матеріалу. Сьогоднішнє життя важко уявити без медіа, воно проникло у всі сфери людського життя і є невід'ємною частиною інформаційної комунікації між людьми, навчання, виховання, соціалізації молоді та має вагомий вплив на формування свідомості і життєвих цінностей особистості. З 1 вересня 2018 року в Україні діє новий Державний стандарт початкової освіти, що вперше містить змістову лінію медіаграмотності, згідно якої школяр Нової української школи має засвоїти навички зі сприйняття, аналізу, інтерпретації, критичного оцінювання інформації в текстах різних видів та медіатекстах [4].

Роль медіаосвіти в початковій школі має велике значення для розвитку учнів. Вона сприяє формуванню інформаційної культури учнів, навчає їх критичному мисленню та використанню медіа з розумінням. Медіаосвіта допомагає школярам розуміти роль медіа в суспільстві, оцінювати інформацію та розпізнавати фейки. Медіатексти сприяють розвитку комунікативних навичок, збільшують мотивацію до самостійного навчання та допомагають учням зрозуміти вплив медіа на їх життя та світогляд. Тому впровадження медіаосвіти в початковій школі є важливою складовою сучасної освітньої системи.

Медіаосвіта є важливим процесом, спрямованим на розвиток особистості через вплив масових комунікаційних засобів, таких як телебачення, радіо, преса, Інтернет тощо. Основна мета полягає у формуванні культури ефективного спілкування з медіа, розвитку творчих, комунікативних навичок та критичного мислення. Медіаосвіта спрямована на навчання повного розуміння, інтерпретації, аналізу та оцінювання медійних текстів, а також на розвиток різних форм самовираження за допомогою медіатехнологій. Набута через цей процес медіаграмотність допомагає людині активно користуватися можливостями різних медійних ресурсів.

Розглядаючи умови реалізації змістової лінії «Досліджуємо медіа» на уроках мовно-літературної освітньої галузі, потрібно дати визначення таким поняттям як «медіа», «медіаосвіта», «медіапродукт», «медіатекст».

У схваленому ЮНЕСКО формулюванні медіаосвіта визначається як напрям у педагогіці, пов'язаний «з усіма видами медіа (друкованими та графічними, звуковими, екранними і т. д.) і різними технологіями; вона дає можливість зрозуміти, як знаходити, готувати, передавати й отримувати необхідну інформацію з використанням різного технічного інструментарію (комп'ютер, мультимедіа, Інтернет, аудіо та відео)» [9].

Медіазасоби навчання - це група матеріальних об'єктів, спеціально створених або відібраних з продукції засобів масової інформації (преси, кіно, мультфільмів, мережі Інтернет тощо) і призначених для використання в освітньому процесі [6].

Медіатекст – інформація в будь - якій формі, яка розміщена в ЗМІ та медіа (селфі, фото до уроку, аудіоказка, новини, блог, відеоблог, мультфільм тощо) [6].

Медіапродукт – інформаційний продукт, який через мультимедійні засоби доносить інформацію до аудиторії (світлина, комікси, sms-повідомлення, дитячі журнали, листівки, фото, колаж, мультфільми, комп'ютерна гра, реклама, пісня, літературні твори тощо) [6].

Значну частину своїх знань про навколишній світ сучасні діти черпають із засобів масової інформації. Тому гостро стоїть проблема, як сформувані в них критичне ставлення до медіапродукції, сприймати та аналізувати інформацію, розрізняти реальність від її віртуального відображення. Роботу в цьому напрямі варто здійснювати вже в початковій школі, а завдання школи - грамотно використати ці засоби для навчання і виховання учнів.

У Державному стандарті початкової освіти зазначено, що одне з завдань мовно-літературної освіти полягає у вихованні у молодших школярів навичок сприймання, аналізу, інтерпретації та критичної оцінки інформації, що міститься в медійних текстах, і уміння використовувати цю інформацію для

збагачення власного досвіду [5]. У типовій освітній програмі це виражено через змістову лінію «Досліджуємо медіа».

До переліку медіа продуктів, з якими працюють учні початкової школи, належить:

- візуальні медіа (малюнок, світлина, комікс, колаж, книжка, журнал, газета);
- аудіальні медіа (звукозаписи, радіо);
- аудіовізуальні медіа (телевізійні програми, мультфільми, фільми);
- інтернет (комп'ютерні ігри, інтернет-ресурси для дітей), реклама у друкованих виданнях, на радіо та телебаченні [5].

Робота з медіа здійснюється за допомогою трьох напрямків:

1. використання медіапродуктів для розвитку різних видів мовленнєвої діяльності;
2. дослідження медіатекстів;
3. створення простих медіапродуктів.

Перший напрям забезпечує формування аудіативних умінь завдяки слуханню аудіальних медіа (звукозаписів), а також вдосконалення навички читання, складання розповідей, описів, міркувань за допомогою візуальних медіапродуктів (малюнком, світлиною, коміксами) та аудіовізуальних (мультфільмом, телепередачею, фільмом).

Другий етап більш зосереджений на сприйманні, аналізі та інтерпретації простих медіапродуктів. Завдяки ньому учні вчаться розуміти зміст медіапродукту, висловлювати свою власну думку, погляди на події, явища, предмети, виокремлювати цікаву для себе інформацію. А найголовніше визначати фейки та правдоподібність описаних у медіатексті подій і тверджень, спираючись на власний досвід.

Завдяки третьому напрямку учні мають змогу самотійно та в групі створювати прості медіапродукти, такі як прості візуальні (світлини, листівки, комікси, колажі тощо), прості аудіовізуальні (відеозаписи виступу, вистав, екскурсій, інтерв'ю). Також цей напрям передбачає розвиток мовленнєвих і

творчих здібностей молодших школярів за допомогою використання медіа продуктів (складання усних і письмових монологічних висловлень — розповідей, описів, есе, міркувань та спроби публічних виступів, захист своєї роботи) [5].

Для реалізації даної змістової лінії на уроках мовно-літературної освітньої галузі у підручниках містяться завдання, спрямовані на формування в учнів початкової школи базових знань для роботи з медіа та власне створення найпростіших медіапродуктів. Зокрема, є завдання пошукового характеру, які передбачають отримання інформації з інтернет-ресурсів. Наприклад: знайди інформацію про лимонад з різних джерел; дізнайся про творчість Катерини Білокур з різних джерел; розмісти анотацію до книги в класі чи опублікуй її в інтернеті тощо. За допомогою цих вправ учні з навчальними, пізнавальними цілями досліджують мережу Інтернет, шукають потрібну їм інформацію, перевіряють її на достовірність, виділяють головне.

За змістом оповідання В. Нестайка «Одиниця з обманом» учні ознайомлюються з поняттями «факт» і «фейк», дізнаються, яка новина є правдивою, а яка – неправдивою, як розрізнити факти і фейки з різних джерел.

Також є види завдань, які спрямовані на безпечне користування інтернет джерелами. Наприклад: «Діти намалювали і написали історію про монстрика Пуха й оприлюднили її в інтернеті. Вони вказали свої домашні адреси для зворотного зв'язку, номери телефонів. Які правила порушили діти? Чому не можна ділитися особистою інформацією в інтернеті?». Через дискусію учні вчаться розрізнити загальнодоступну інформацію та приватну, яку нікому не можна повідомляти. За допомогою таких завдань школярі намагаються критично оцінювати, шукати, обробляти та використовувати інформацію з різних джерел. Вчаться взаємодіяти з іншими людьми через різні комунікаційні канали, такі як усна мова, письмо, електронна пошта, соціальні мережі. Така робота є основою для формування інформаційно-комунікаційної компетентності молодших школярів.

Самостійно або в групі з допомогою вчителя учні вчаться створювати прості медіапродукти. Одним із таких продуктів є комікс. Комікси - це серії сюжетних малюнків із короткими, виразними діалогами,



які відтворюють думки персонажів і формують зв'язану розповідь [5]. Вони відіграють особливу роль у процесі навчання, оскільки учнями створюються історії, які є образними, простими та емоційними.

Наприклад, учням 2 класу пропонується придумати комікс про допитливе слонення, яке пхало всюди свій хобот, або скласти розповідь про робочий тиждень хлопчика Ніколаса (за твором Ж.Тібо).



Комікси не перевантажують учнів початкових класів великими обсягами тексту, стимулюють інтерес дітей до зацікавлення книгою та читанням. Завдання вчителя полягає в тому, щоб навчити учнів умінню розуміти і розповідати історії у формі монологу або відтворювати їх у форматі діалогу (інсценування).

Також учні працюють з таким медіапродуктом як реклама. Реклама – це певна інформація про особу чи предмет, розповсюджена у будь-якій формі.



Діти вчаться створювати рекламні листівки, афіші (повідомлення про культурну подію), запрошення, підбирають інформацію, цільову аудиторію.

Наприклад, учням пропонується скласти рекламну листівку «Екскурсія Києвом» або створити афішу вистави «Кіт-детектив». Такі завдання сприяють розвитку критичного мислення, адже учні аналізують тексти, критично оцінюють інформацію, розрізняють факти від маркетингових прийомів та рекламного обману. Створення рекламних листівок та афіш сприяє розвитку творчого мислення, уяви та навичок дизайну у дітей.



Робота з дитячою газетою або журналом також розвиває інформаційну грамотність, учні знайомляться з даними медіапродуктами та вчаться створювати свої. Під час роботи в школярів формуються навички організації та керування проектом. Школярі можуть використати раніше розроблені ними комікси, листівки, афіші, світлини, попередньо зібрану інформацію. Працюючи над текстами для дитячої газети або журналу, учні вдосконалюють



свої мовленнєві навички, адже беруть участь в обговоренні змісту і форми медіапродуктів, висловлюють свої думки та ідеї.

Висновки. Отже, вивчення медіа є важливою складовою мовно-літературної освіти,

оскільки дозволяє учням розуміти вплив медіа на суспільство та розвивати критичне мислення щодо отриманих інформаційних повідомлень. Змістова лінія «Досліджуємо медіа» сприяє розвитку медіаграмотності учнів та використанню різноманітних методів та прийомів роботи з медіа на уроках. На цій основі можна стверджувати, що впровадження даної лінії має великий потенціал для підвищення якості освіти та підготовки учнів до життя в інформаційному суспільстві.

Список використаних джерел

1. Большакова І.О. Українська мова та читання: підручн. для 2 кл. закл. загал. серед. освіти: Ч: 1. / І.О.Большакова, М.С.Пристінська. Харків: Вид-во «Ранок», 2019. URL: <https://shkola.in.ua/1275-ukrainska-mova-2-klas-bolshakova-2019-ch-1.html> (дата звернення: 25.03.2024).
2. Большакова І.О. Українська мова та читання: підручн. для 3 кл. закл. загал. серед. освіти: Ч: 1. / І.О.Большакова, М.С.Пристінська. Харків: Вид-во «Ранок», 2020. URL: <https://pidruchnyk.com.ua/1518-ukrmova-ta-chytannya-bolshakova-3-klas.html> (дата звернення: 25.03.2024).

3. Державний стандарт початкової освіти. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/87-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення: 26.03.2024).

4. Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О. В., Ганик О. В., Голощапова В. В., Дегтярьова Г. А., Іванова І. Б., Кожанова А. Ю., Пиза Г. Ю., Шкрєбець О. О., Янкович О. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ : ЦВП, АУП, 2018. 234 с.

5. Пономарьова К. І. Формування комунікативної компетентності молодших школярів у процесі навчання української мови: методичний посібник/ Пономарьова К. І. Київ: КОНВІ ПРІНТ, 2020. 88 с.

6. Реалізація змістової лінії «Досліджуємо медіа» в процесі вивчення української мови та читання другокласниками. Освітній проект «На Урок» для вчителів. URL: <https://naurok.com.ua/realizaciya-zmistovo-lini-doslidzhu-mo-media-v-procesi-vivchennya-ukra-nsko-movi-ta-chitannya-drugoklasnikami-226313.html> (дата звернення: 08.04.2024).

7. Типова освітня програма, розроблена під керівництвом Савченко О. Я. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/programy-1-4-klas/2022/08/15/Typova.osvitnya.prohrama.1.pdf> (дата звернення: 06.04.2024).

8. Типова освітня програма, розроблена під керівництвом Шияна Р. Б. 1-2 клас URL: <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> (дата звернення: 06.04.2024).

9. History | Твоя бібліотека. History | Твоя електронна бібліотека. URL: https://uahistory.co/journal/3_13/5.html (дата звернення: 04.04.2024).

Тереховська Віталія,
Науковий керівник - спеціаліст вищої категорії,
викладач-методист КЗ ЛОР «Бродівський фаховий педагогічний