

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет дошкільної і технологічної освіти
Кафедра дошкільної освіти

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

_____ Ковшар О.В.
 «___» _____ 201_ р.

Реєстраційний № _____
 «___» _____ 201_ р.

РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО МОВЛЕННЯ ДІТЕЙ
ПЕРЕДШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗАСОБОМ МЕДІАПРОЄКТУ

Кваліфікаційна робота студентки
 групи ДВП м-16
 ступінь вищої освіти «магістр»
 спеціальності 012 «Дошкільна освіта»
 Вакуленко Любов Вікторівни
 Керівник: доктор педагогічних наук, професор
 Ковшар О.В.

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS _____ Кількість балів _____

Голова ЕК _____
 (підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК _____
 (підпис) (прізвище, ініціали)

 (підпис) (прізвище, ініціали)

 (підпис) (прізвище, ініціали)

 (підпис) (прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ МОВЛЕННЯ ДОШКІЛЬНИКІВ ЗАСОБОМ МЕДІАПРОЄКТУ	8
1.1. Проблема розвитку креативного розвитку дітей передшкільного віку у науковому вимірі.....	8
1.2. Характеристика медіапродукції та культури її використання в дошкільній освіті.....	12
Висновки до першого розділу	2
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МОВЛЕННЯ ДІТЕЙ ПЕРЕДШКІЛЬНОГО ВІКУ У ПРАКТИЦІ ЗАКЛАДІВ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ.....	26
2.1. Аналіз основних державних документів та державних програм закладів дошкільної освіти щодо завдань з розвитку креативного мовлення	26
2.2. Оцінка стану роботи закладів дошкільної освіти з виховання основ культури використання медіапродукції у дітей передшкільного віку	33
Висновки до другого розділу.....	43
РОЗДІЛ 3. ПРЕЗЕНТАЦІЯ МЕДІАПРОЄКТУ ЯК ЗАСОБУ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МОВЛЕННЯ ДІТЕЙ ПЕРЕДШКІЛЬНОГО ВІКУ	45
3.1 Стан організація медіаосвіти дітей передшкільного віку	45
3.2 Медіатекст як засіб активізації та розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку.....	49
3.3. Опис методики організації розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку засобами медіапродукції	53
3.4 Розробка та впровадження медіапроєкту	63
Висновки до третього розділу.....	67
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТКИ.....	79
Додаток А	

Додаток Б

Додаток В

Додаток Г

Додаток Д

Додаток Є

Додаток Ж

Додаток З

ВСТУП

У сучасному світі засоби масової інформації проникають в усі сфери людської діяльності. У зв'язку з їхньою особливою роллю в процесі соціалізації підростаючого покоління потребує уваги питання про неоднозначність їхнього впливу на фізичний, психічний та соціальний розвиток особистості дітей дошкільного віку.

Особливості психофізичного розвитку дітей дошкільного віку розкриті в працях О. Баєр, І. Білої, А. Богуш, В. Кудрявцева, С. Ладивір, С. Максименка, Т. Піроженко, І. Товкач та інших; вплив сучасного інформаційного простору на психічний розвиток особистості досліджують Г. Апостолова, О. Хартман та інші; різні аспекти соціалізації обґрунтовано в розвідках В. Абраменкової, Л. Варяниці, Н. Гавриш, К. Крутій, С. Курінної, О. Рейпольської, І. РогальськоїЯблонської та інших.

Важливими для нашого дослідження є наукові праці, що розкривають комплекс питань, пов'язаних із визначенням завдань, методів, прийомів формування основ розвитку мовлення, креативної особистості дитини в різних сферах життєдіяльності (Н. Вовк, Г. Григоренко, Р. Жадан, А. Крулехт, Л. Лохвицька, С. Іванчук, О. Плеханов та інші).

Відтак, аналіз наукових джерел та практичного досвіду, з одного боку, засвідчили наявність наукового підґрунтя дослідження проблеми розвитку креативного мовлення у дітей передшкільного віку в закладах дошкільної освіти, з іншого – виявили низку *суперечностей* між:

-сучасними вимогами дошкільної освіти щодо виховання основ культури використання медіапродукції та недостатньою готовністю педагогів до виховання досліджуваної характеристики у дітей дошкільного віку;

-потребою практики в методичному супроводі розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку засобом медіапродукції й відсутністю відповідного навчально-методичного забезпечення.

Актуальність проблеми та необхідність усунення виявлених суперечностей зумовили вибір теми дослідження: **«Розвиток креативного мовлення дітей передшкільного віку засобом медіапроєкту»**.

Мета дослідження – на основі аналізу наукових джерел та практичного досвіду педагогів-вихователів розробити, теоретично обґрунтувати та впровадити медіапроєкт як засіб розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку.

Завдання дослідження:

1. Шляхом аналізу філософських, психолого-педагогічних джерел уточнити сутність поняття «креативне мовлення дітей передшкільного віку», «медіоосвіта», «медіапродукт».
2. Схарактеризувати особливості сприйняття дітьми дошкільного віку сучасної медіапродукції.
3. Проаналізувати шляхи залучення дітей передшкільного віку до активної мовленнєвої діяльності засобом медіаосвіти.
4. Розробити медіапроєкт з дітьми передшкільного віку як засіб розвитку креативного мовлення.

Об'єкт дослідження – розвиток креативного мовлення дітей передшкільного віку у закладах дошкільної освіти.

Предмет дослідження – процес розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку засобом медіапроєкту.

Для реалізації мети та вирішення завдань дослідження застосовано такі **методи:**

теоретичні: аналіз та синтез джерел із досліджуваної проблеми, розвитку мовлення; розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку; вивчення психолого-педагогічної літератури, нормативно-правового законодавства в галузі освіти – для визначення теоретичних основ дослідження; індукції та дедукції – для обґрунтування логіки дослідження, уточнення вихідних позицій;

емпіричні: спостереження, опитування (анкетування, інтерв'ювання), колективні та індивідуальні бесіди, метод незакінчених речень, ранжування, аналіз чинних програм із завдань розвитку мовлення дітей передшкільного віку; питань виховання основ культури використання медіапродукції у закладах дошкільної освіти;

База дослідження. Дослідження було проведено в Комунальному закладі «Дошкільний навчальний заклад №148» Криворізької міськради. В експерименті було задіяно 24 дитини передшкільного віку та 3 вихователя старшої групи, 36 батьків дітей старшого дошкільного віку.

Практична значущість дослідження полягає в розробленні й упровадженні методики розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку; розробка медіапроєкту для розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку. Матеріали дослідження можуть використовуватися вихователями у старших групах закладів дошкільної освіти; у процесі перепідготовки та професійної підготовки, на курсах підвищення кваліфікації вихователів закладів дошкільної освіти.

Результати дослідження впроваджено в освітній процес Комунального закладу «Дошкільний навчальний заклад (ясла-садок)№148 компенсуючого типу (спеціальний)»Криворізької міськради.

Публікації. Основні положення та результати кваліфікаційного дослідження висвітлено у збірнику наукових і навчально-методичних праць студентів «Наукові здобутків студентів з дошкільної освіти» кафедри дошкільної освіти Криворізького державного педагогічного університету Вакуленко Л. «Розвиток креативного мовлення дітей передшкільного віку засобом медіапроєкту». «Наукові здобутків студентів з дошкільної освіти»: зб наукових і навч-метод праць студентства. КДПУ, 2021.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел, методичних рекомендацій із розвитку

креативного мовлення дошкільників, додатків на 32 сторінках. Загальний обсяг роботи становить 111 сторінка , із яких 79 сторінок основного тексту, в додатках розміщена методичні поради вихователям, батькам дошкільників з формування медіа культури та розвитку креативного мовлення засобом медіапродукції. .

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ МОВЛЕННЯ ДОШКІЛЬНИКІВ ЗАСОБОМ МЕДІАПРОДУКТУ

1.1. Проблема розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку у науковому вимірі

Дошкільне дитинство є підґрунтям розвитку комунікативності та нормативності мовлення.

Розвиток креативності як здатності до творчості набуває в освіті такої значущості тому, що вона є базовою якістю особистості, її ядром, центральною характеристикою. Феномен «креативність» зазначений в Базовому компоненті дошкільної освіти.

Дошкільне дитинство — це особливий вік, коли дитина відкриває для себе світ, коли відбуваються значні зміни у всіх сферах її психіки: когнітивної, емоційної, вольової і які виявляються в різних видах діяльності: комунікативної, пізнавальної, перетворювальної. Це вік, коли з'являється здатність до творчого вирішення проблем, що виникають у дитини в різних життєвих ситуаціях — креативності.

Проблема творчості була предметом дослідження різних наукових напрямів: філософів (Г. Батіщев, І. Зязюн, В. Кремень, Б. Новіков та ін.); психологів (О. Антонова, Ф. Баррон, І. Бех, Л. Виготський, В. Романець, В. Ямницький та ін.); педагогів (А. Богущ, Є. Бондаревська, С. Гаврилюк, Н. Кічук, В. Любива, О. Листопад та ін.).

Звернімося до словникових джерел, які тлумачать «творчість» як: «високосвідому діяльність людини, що спрямована на створення духовних і матеріальних цінностей» [17, с. 136]; «продуктивну людську діяльність, яка здатна породжувати якісно нові матеріальні та духовні цінності суспільного значення» [44, с. 285]; «має психологічний аспект і передбачає наявність в особистості здібностей, мотивів, знань та вмінь, завдяки яким створюється продукт, що характеризується новизною та оригінальністю». Ф. Баррон

зазначає, що творчість – це «здатність адаптивно реагувати на потребу в нових підходах; властивість свідомо включати в життя щось нове, причому цей процес може бути неусвідомлюваним або усвідомлюваним частково» [56, с. 55].

В. Ямницький, аналізуючи погляди Ф. Баррона, уточнює, що «щось нове» у трактуванні Ф. Баррона – це «здебільшого продукт, що є результатом процесу, який здійснюється людиною» [55, с. 55]. За В. Ямницьким, існує три аспекти, в яких найпростіше вивчити здатність до творчості: «продукт, процес і людина» [55, с. 56].

Здатність до творчості, за психологом, – це «володіння мірою вираженості та вирізняється в різних людей, у різні епохи та різних суспільствах» [55, с. 67]. Як бачимо, В. Ямницький пов'язує творчість з активністю особистості та індивідуальністю її психічного розвитку. Відзначимо, що у науковому обігу існує дефініція «креативність», яку часто ототожнюють із поняттям «творчість».

Проблема креативності досліджувалась у різних наукових напрямках: філософії (М. Бердяєв, Г. Гегель, Л. Фейєрбах, Ф. Шеллінг та ін.); психології (О. Брушлинський, Дж. Гільфорд, У. Дафф, Л. Ткаченко, Е. Торренс, В. Ямницький та ін.); педагогіці (О. Антонова, С. Гаврилюк, О. Листопад, В. Любива та ін.). Огляд словникових джерел дає підстави стверджувати, що креативність – це «здатність зробити, здійснити щось нове: (від лат. creatura – створення, creation – творення) нове вирішення проблеми, новий метод чи інструмент, новий витвір мистецтва» [44, с. 234]; «притаманний багатьом процес, що сприяє самостійному продукуванню проблем, генеруванню більшої кількості оригінальних ідей та нешаблонному їх вирішенню» [44, с. 112].

З психологічного погляду, «креативність» здебільшого визначають як «комплекс інтелектуальних та особистісних особливостей індивіда, що сприяють самостійному висуненню проблем, генеруванню великої кількості оригінальних ідей і нешаблонному їх вирішенню» [40, с. 213]. Для розмежування понять «творчість» і «креативність» учені користуються двома

критеріями: «процесуально-результативним (для означення творчості) і суб'єктивно зумовленим (для визначення креативності)» [40, с. 93]. Так, на думку І. Мілославського, терміном «креативний» позначається «творчість людини, яка не тільки висуває ідеї, але й доводить їх до конкретного практичного результату» [54, с. 95].

Засновниками теорії креативності прийнято вважати Дж. Гільфорда та Е. Торренса. Позиція психологів полягала у твердженні, що «креативність є самостійною здібністю, яка не залежить від рівня розвитку інтелекту» [57]. Поняття «креативність» Дж. Гільфорд розуміє як «здатність до загостреного сприйняття недоліків, прогалин у знаннях, елементів, яких бракує дисгармонії» [57].

Послідовник Дж. Гільфорда, Е. Торренс уважав, що креативність є «здатністю до загостреного сприйняття прогалин у знаннях, елементів, яких бракує дисгармонії» [57]. Психолог доводив, що «між рівнем інтелекту і рівнем креативності є незначна кореляція» [57].

На основі проведеного аналізу наукових досліджень і порівнянь понять «креативність» та «творчість» зазначимо, що досліджувані поняття тісно пов'язані між собою, проте вони не є синонімічними. Отже, творчість розглядаємо як усвідомлену діяльність особистості, процесом і результатом якої є створення нових, оригінальних продуктів, матеріальних і духовних цінностей, водночас творчість залежить від натхнення автора.

Під креативністю розуміємо властивість особистості, яка є передумовою творчої активності та реалізацією особистістю власної індивідуальності, її здатність до нетрадиційного та оригінального вирішення проблем.

Під креативністю психологи розуміють здатність бачити речі у новому та несподіваному вигляді та знаходити унікальні вирішення проблем.

Креативність є активністю дитини, спрямованою на створення нового продукту в нерегламентованій жорсткими умовами ситуації. Розвиток у вихованців креативності — важливе педагогічне завдання. Креативним має бути як процес діяльності дошкільників, так і її результат; як процес

виховання, так і навчання. Креативність розглядається вченими як характеристика творчого потенціалу особистості.

Як показують наукові дослідження й досвід педагогів практиків, креативність виявляють приблизно з п'ятого року життя. Чим раніше дитину навчають спостерігати, пояснювати незвичайне, дивуватися оточуючими явищами, предметами, експериментувати, тим ґрунтовніше підготують її до прояву креативності. П'ять років — період розвитку наївної креативності дитини, що базується, з одного боку, на яскравих образах, емоційності, імпульсивності й жвавості поведінки дитини, а з іншого — на незнанні законів логіки, загальних закономірностей явищ, відсутності жорстко закріплених правил мислення.

Розвиток більш тісних зв'язків із мовленням, формування доцільності у виникненні продуктів уяви, креативності, прагнення до наслідування інших і нормативності поведінки в дітей 6-ти річного віку створюють умови виникнення креативності.

В. Сухомлинський говорив: «Дітям не треба багато говорити, не слід багато їм розповідати, слово — не забава, а словесне перенасичення - одне з найшкідливіших перенасичень. Дитині треба не тільки слухати слово вихователя, але й мовчати, в цю мить вона думає, осмислює почуте та побачене»[55].

Мовлення дитини безпосередньо пов'язане із мисленням. І якщо дитина мислить творчо, то і мовлення її буде творчим. Мовленнєві творчі здібності посідають важливе місце в розвитку дитячої творчості. Проблема розвитку мовленнєвих творчих здібностей в дошкільному віці через складність і багатогранність природи мовленнєвих явищ відноситься як до психології так і до педагогіки.

А.Богуш визначила поняття «розвивальне мовленнєве середовище», яке визначає як потенційні можливості позитивного впливу різноманітних чинників на мовленнєвий розвиток дитини і формування її мовленнєвої компетенції [4].

За Н.Гавриш, мовленнєво-творча діяльність в умовах навчання відбувається здебільшого за ініціативою педагога, зорієнтована на кінцевий результат, передбачає обов'язкове слідування літературно-мовним нормам, багатоваріантність творчого рішення; логіка заняття передбачає послідовність етапів творчого процесу

В той же час, ініціативна словесна творчість, за твердженням авторки, завжди відбувається за ініціативою дитини, зорієнтована на процес творчості, передбачає одномоментну імпровізацію, відсутність окремих етапів творчого процесу [14].

Дослідниця виділяє такі особливості мовленнєвотворчої діяльності дітей дошкільного віку: імпровізаційна діяльність дітей, що визначається авторкою як процес створення художнього твору в момент його виконання без попередньої підготовки; фантазія на задану тему [14]; невідповідність твору, який склала дитина літературним і мовним нормам , скорочування дитиною чи виключення окремих етапів творчого процесу, образність мовлення, тобто «сприйняття дитиною і усвідомлення літературних і мовних образів» , щиросердність, відвертість творчих поривань [14].

Розглянемо ключове поняття «креативне мовлення».

Креативність мовлення А. Богуш розуміє як «творчий потенціал особистості, її творчі здатності і здібності, що виявляються в оригінальних, індивідуально створених продуктах мовленнєвої діяльності» [4]. Науковець зазначає, що «креативне мовлення тісно пов'язане з креативним мисленням, яке характеризується «пластичністю, рухливістю, відбувається легкий перехід від одного виду діяльності до іншого» [4].

У свою чергу, О. Подолянчук, визначила такі чинники розвитку креативного мовлення: «спілкування у різних сферах середовища; демократичні відносини у сім'ї; сприятливі емоційні відносини в родині; наслідування творчого «ідеалу»; захоплення створенням нового; розвиток багатства і різнобічності уяви» тощо [45].

О. Артемова відзначає, що креативне мовлення це – «один із різновидів зв'язного мовлення; продукування особистістю нових оригінальних

мовленнєвих образів і сюжетів на основі інтуїтивного мислення, продуктивно-творчої уяви, фантазії, що супроводжується інтелектуально-мовленнєвою активністю і словесною творчістю» [3, с. 13].

Отже під креативним мовленням М. Рогачко-Островська розуміє як набуту властивість особистості, її здатність до створення оригінальних мовних текстів (розповідей, віршів, казок, сюжетів тощо), на підставі набутого досвіду; передача в мовленні власних творчих задумів засобами художнього слова (експресивна лексика, переносні значення слів, синоніми, фразеологізми, прислів'я, приказки тощо); здатність до імпровізації у процесі креативномовленнєвої діяльності [56].

1.2 Характеристика медіапродукції та культури її використання в дошкільній освіті

В умовах сучасного суспільства для розвитку підростаючого покоління актуальним є набуття знань і умінь у сфері масмедіа: орієнтування в інформаційних потоках, пошуку та засвоєння необхідної медіаінформації, відсторонення від непотрібної, адекватного сприймання та інтерпретування візуального та змістового аспектів медіапродукції.

Необхідно визнати, що найбільш вразливими до впливу потужного потоку різноманітної медіапродукції стають саме діти дошкільного віку, що деколи негативно позначається на їх розвитку і здоров'ї. У зв'язку з цим стає важливим вивчення процесу виховання основ культури використання медіапродукції у дітей, починаючи з дошкільного віку.

Поняття «культура використання медіапродукції» базується на двох фундаментальних складових: «культура» і «використання». Даний термін являє собою інтегральне поняття, яке включає в свій конструкт два елементи рівнозначно, тобто наділяє їх рівним смисловим призначенням.

Так, у праці О. Підлужної термін «медіакультура» розкрито як вид культуротворчої діяльності з оперативного пошуку інформації, якісної її

обробки і позитивного практичного використання в різних системах комунікацій. На думку вченої, медіакультура закладає світоглядні установки особистості; формує її ціннісні орієнтації щодо інформації як елемента культури; перешкоджає дегуманізації та заміні духовних цінностей досягненнями, зумовленими науково-технічним прогресом і безпрецедентним зростанням та розвитком нових інформаційних технологій в інформаційному суспільстві [45].

Таким чином, медіакультура є способом освоєння дійсності за допомогою засобів масової комунікації і становить сукупність матеріальних та духовних цінностей, культурних значень та текстів, способів їх виробництва, зберігання та передачі у сучасній соціокультурній реальності.

В умовах сучасного інформаційного суспільства одним із першочергових завдань сім'ї і закладу дошкільної освіти – основних інститутів соціалізації – має стати виховання культурного споживача, здатного до критичного, вибіркового сприйняття медіапродукції.

У доробку Н. Череповської вказано, що медіапродукція є результатом діяльності в галузі медіавиробництва у вигляді медіаінформації та медіамистецтва (медіатексти), їх матеріальні носії (газети, журнали, фотоплівки, кінострічки, диски тощо), а також медіазасоби (технічне забезпечення) та медіатехнології, завдяки яким медіапродукція як створюється, так і зберігається, транслюється [62].

У науковій літературі тотожним поняттям медіапродукції є категорія «медіатекст». Так, О. Федоров медіатекст розуміє як повідомлення медійного виду або жанру, як-от: друкований текст у пресі, фотозображення, аудіовізуальні зображення в кіно, на телебачення або їх фрагменти, повідомлення по радіо, реклама, етикетка на будь-якій продукції, веб-сторінка, блог, віртуальні фотоальбоми тощо [64].

Тематика і зміст сучасних медіатекстів різноманітні. Специфіка медіатексту в тому, що він розрахований на масову аудиторію. Медіатексти мають універсальні риси: слово, звук, візуальність (кінокадри, фото,

відеосюжети). Традиційно їх поділяють на радіо-, теле-, газетні та інтернет-тексти [38].

На думку І. Рогозіної медіатекстом є вербальний мовленнєвий твір, створений для здійснення опосередкованої комунікації у сфері засобів масової інформації та характеризується чітко вираженою прагматичною спрямованістю, основна мета якого полягає у соціальній регуляції[9].

Учені (Н. Драган, М. Яцимірська) наголошують, що медіатекст виступає твором засобів масової інформації, суть якого – це конкретна інформація, виражена мовленням для впливу на громадську думку та здійснення переконання.

Отже, приєднуємось до думки Ю.Семеняко **медіапродукцією** вважаємо конкретні види медіаповідомлень разом із носієм, що публікуються або транслюються за допомогою засобів масової інформації і адресовані цільовій аудиторії. Відзначимо, що культура використання не є вродженою якістю особистості, а формується в процесі життєдіяльності[69]/

Культура використання медіапродукції – це система цінностей, правил, знань, норм, що визначають поведінку споживача, формують його ставлення до масмедіа і медіапродукції та сприяють активному їх використанню.

У зв'язку з постійним збільшенням кількості медіапродукції та її проникненням у життя дітей актуальним є виховання основ культури використання медіапродукції. Постійне та системне формування у дітей елементарної медіаобізнаності, основ критичного мислення починаючи з дошкільного віку, суттєво впливатиме на вироблення в них адекватної поведінки під час взаємодії з медіазасобами.

Самоцінність періоду дошкільного дитинства, його значення для засвоєння людського досвіду й цінностей, що забезпечує входження дитини в соціум, визначає важливість цілеспрямованого виховання основ культури використання по мірі дорослішання і формування особистості.

При цьому період передшкільного віку слід розглядати як сенситивний у формуванні основ культури використання, оскільки на цьому етапі інтенсивно розвивається довільність психічних процесів, супідрядність мотивів поведінки, з'являється емоційний відгук на виховний вплив, дитина оволодіває вміннями керувати своїми почуттями та вчинками.

Праці науковців (Д. Богоявленської, В. Давидова, О. Запорожця, М. Кагана, О. Ковшар, О. Кононко, В. Кудрявцева, В. Моляко, М. Поддьякова, Т. Поніманської та інших) засвідчують значущість дошкільного періоду в особистісному становленні дитини. Сучасні діти пізнають життя не тільки завдяки власному безпосередньому досвіду або за допомогою дорослих, які їх оточують. З раннього дитинства вони отримують інформацію про довкілля з друкованої продукції, радіо і телебачення. У тій чи іншій мірі дитина взаємодіє з усіма видами масмедіа. У залежності від віку їх кількість збільшується. З цієї причини особливо важливо саме в період дошкільного дитинства створити умови і передумови для безпечного використання дітьми медіапродукції.

Діти передшкільного віку, переважно, мають значний, зазвичай стихійно набутий, досвід використання медіапродукції. З огляду на це, підтримуємо думку Л. Лещенко, який зазначає, що відгороджувати дітей від сучасних технологій є неприпустимою помилкою, оскільки вони є частиною майбутнього [63] . Саме тому, вважаємо необхідним мінімізувати ризики, пов'язані зі «стихійним» сприйманням медіапродукції.

На нашу думку це завдання вирішує виховання основ культури використання медіапродукції у дітей. Тому, вважаємо доцільним розкриття специфіки сприймання медіапродукції дітьми дошкільного віку, які необхідно враховувати, організовуючи їх взаємодію з масмедіа.

Зважаючи на вікові особливості, зауважимо, що діти дошкільного віку ознайомлені з друкованою медіапродукцією, переважно, у вигляді книги або дитячого журналу, які їм читають дорослі. У той же час дитина, навіть не маючи читацького досвіду, достатньо рано зазнає впливу телебачення й

отримує певний аудіовізуальний досвід. У подальшому, якщо роль друкованої медіапродукції в родині не усвідомлюється, стихійно відбувається процес формування дитини-глядача, дитини-слухача, і гальмується формування дитини-читача.

Питання сприймання й розуміння дітьми дошкільного віку усного мовлення (текстів) у різні часи були предметом досліджень учених: генезис естетичного сприймання й розуміння дошкільниками творів художньої літератури – казок (Д. Арановская, Т. Алієва, О. Запорожець, А. Ліпкіна, О. Нікіфорова, Т. Титаренко, Н. Циванюк та інші), розповідей (Є. Лукіна, Л. Славіна); вікові особливості розуміння текстів дітьми дошкільного віку (Н. Болховских, 1995), від умов його сприймання в старшому дошкільному віці (Г. Кудріна); сприймання й розуміння дітьми віршованого тексту (Т. Круглякова); використання художньої літератури як засобу навчання і виховання (А. Богущ, Н. Гавриш, К. Крутій, Т. Ушакова та інші).

Для нашого дослідження важливим є доробок А. Яковлічевої, яка розкрила значення взаємозв'язку тексту й малюнка для розуміння дошкільниками друкованої медіапродукції. Вона встановила, що особливістю дитячого сприймання є злитність і нероздільність. Оскільки текст є основною формою викладу змісту друкованої медіапродукції, яка конкретизується й доповнюється ілюстраціями, то розуміння дітьми інформації забезпечується правильним співвідношенням словесної презентації й наочного зображення.

Знайомлячись з новою інформацією, діти передшкільного віку, фактично, думають у межах візуального пізнання, більш-менш свідомо орієнтуючись на ті «робочі еталони», які дозволяють впізнавати конкретні елементи й добудовувати структурно-функціональні складові для знаходження об'єкта розуміння, його інтерпретації, яка може бути основою суб'єктивного сприймання. Суб'єктивні орієнтири в дітей при ознайомленні з новою інформацією виникають або безпосередньо з її змісту, або з попереднього досвіду, з наявних конкретних знань. Вважаємо, що у роботі з

ознайомлення дітей з друкованою медіапродукцією знання педагогами цих факторів є надзвичайно важливим, оскільки вони мають бути враховані під час підбору «правильного» медіаматеріалу, його презентації вихованцям [65]/

Науковці (Н. Гавриш, Л. Колунова, А. Полозова, С. Чемортан та інші) зауважують, що діти передшкільного віку можуть усвідомлено сприймати художній образ літературного твору, розуміти його зміст, усвідомлювати логіку викладу вчинків літературних героїв за умови цілеспрямованого навчання.

Використовуючи друковану медіапродукцію в роботі з дітьми, потрібно обговорювати їх емоційні стани, вчити грамотно висловлюватися про свої почуття щодо почутого, вказуючи коли саме було сумно, смішно, страшно, міркувати щодо значення цих емоцій для розуміння характеру героя, системи подій, ідеї твору. Адже автор свідомо викликає в читача (слухача) ті чи ті емоції, володіючи цілим арсеналом засобів впливу на нього.

В. Моляко пропонує стивити дітям запитання у такій послідовності: а) на сприймання й розуміння фактичного безпосереднього смислу слова, фрази, уривка (Що сказано в тексті? Про що повідомлено?); б) на розуміння ідеї, головної думки, смислу текста (Що тут головне? Чому саме ти так вважаєш?); в) на розуміння мотиву вчинків або ставлення діючої особи до подій [52]

Як зазначає Н. Гавриш, ступінь впливу сприйтяного та його розуміння здебільшого залежить від педагогічного керівництва, методики, яку використовує вихователь [14] Труднощі у сприйманні друкованої медіапродукції дошкільниками полягають і в їхньому невмінні керувати процесом сприймання, тобто організовувати свою увагу, вибірково спрямовувати її на істотні та основні елементи об'єкта, вміти не лише дивитись, але й бачити[18].При цьому друкована медіапродукція є менш популярною серед дітей у порівнянні, наприклад, з аудіовізуальними масмедіа.

Для ефективної роботи з друкованою медіапродукцією в закладі дошкільної освіти Ю.Семеняко [68] визначила такі рекомендації:

По-перше, педагог має враховувати вікові особливості сприймання дітьми літературних творів і в залежності від цього використовувати засоби, які дозволили б дітям точно уявити художній образ, виражений словом.

Дітям старшого дошкільного віку доступне емоційне сприймання психологічних пауз, почуттів. Однак виразне читання вимагає від виконавця збереження почуття міри, оскільки перенавантаження виконання різкими, нав'язливими інтонаціями, різноманітною мімікою, психологічно невиправданими механічними жестами, дисциплінарні зауваження під час читання є недоречними. Це заважає розумінню змісту твору дітьми.

По-друге, важливою умовою формування інтересу до дитячої друкованої медіапродукції є створення розвивального середовища. Це, передусім, створення літературного центру (або, як його традиційно називають – куточку книжки). Мета такого центру – виховання у дітей інтересу до різного типу видань, дбайливого ставлення до них, формування та закріплення навичок їх використання. Різноманіття цього середовища буде стимулювати самостійну пізнавальну активність дітей, розвивати їх кругозір, уміння орієнтуватися у друкованому медіаматеріалі. Літературний центр – це місце знайомства дітей з дитячими журналами та газетами; перегляду ілюстрацій, листівок; організованої роботи з книгою тощо.

По-третє, з раннього віку дорослий має виховувати у дітей інтерес до друкованої медіапродукції, стимулювати позитивне ставлення до використання дитячою періодики – розглядання, слухання, пізніше й читання [68].

Друкована медіапродукція будь-якого виду зумовлює особливі мотиви (пізнавальний, гедоністичний, емоційний, комунікативний), керуючись якими, дитина обирає необхідне їй видання. Реалізації мотивів використання дитиною преси сприяють специфічні властивості дитячої періодики (зрозумілість, простота, природність, достовірність, художність,

моральність, яскравість та образність), на які мають звертати увагу дорослі під час її придбання [65] .

Наступною рекомендацією є правильний відбір методів, за допомогою яких дітей ознайомлюють із художнім твором. Оскільки діти дошкільного віку самі ще читати не можуть, вони є лише слухачами. Художній твір доносить до них вихователь, який виступає посередником між письменником і дітьми. Тому основними методами ознайомлення дітей з художніми творами є розповідання й читання. Педагог повинен цілеспрямовано керувати дитячим сприйняттям, адже слухання – надзвичайно складний процес. Він вимагає від дитини напруженої уваги, пам'яті, залучення відтворювальної уваги, без якої розуміння змісту прочитаного не буде повним. А це означає, що за кожним прочитаним словом, реченням в уяві малюка повинен виникнути відповідний образ, пов'язаний з його попереднім життєвим досвідом, з відповідними емоційними відчуттями[43].

Вихователю потрібно не тільки ознайомити дітей із фактами і подіями, описаними у творі, але й викликати у них певний настрій. Саме на основі виникаючих почуттів, переживань у дітей формується правильне ставлення до фактів, героїв подій, відповідна їхня оцінка. Адже сила впливу від прочитаного художнього тексту залежить не лише від його змісту та художніх достоїнств, а й від того, як цей твір буде поданий дітям.

Однією з важливих рекомендацій Ю. Семеняко вважає – необхідність урахування вимог до дитячої періодики, серед яких: достатній для розуміння тексту даною читацькою аудиторією рівень ілюстративного наповнення видання; доцільність використання певних видів ілюстрацій для визначеної вікової категорії дошкільників; підхід до художньої ілюстрації, що супроводжує текст, як до графічної розповіді, що осмислюється дитиною значно швидше і легше, ніж словесна, і з якої власне і починається розуміння цього тексту (особливо у молодшому дошкільному віці); змістова адекватність тексту та ілюстрацій до нього (відповідність розміщення ілюстрацій розвитку сюжету; наявність обґрунтованих відношень між

малими та великими малюнками: великий – узагальнення; малий – окремий предмет, епізод, деталь; присутність на ілюстрації (-ях) усіх головних персонажів твору; збіг композиційного центру малюнка зі смисловим центром тексту; аналогічність вербального та візуального трактувань образів літературних героїв, подій твору тощо).

Реалії сьогодення засвідчують загальне зниження рівня читацької активності, пріоритет аудіо- та аудіовізуальних засобів отримання інформації. Дитяче радіо, як і преса, є одним із засобів інтеграції дитини з дорослим світом. Проте, складність сприйняття інформації по радіо для дитини полягає, перш за все у відсутності зорових вражень. Як результат, радіо майже втратило не тільки популярність серед споживачів медіапродукції, а й свій виховний потенціал.

Відомий італійський педагог М. Монтесорі (1924) вважала, що можливість аудіального сприйняття інформації дітьми в перші роки життя обмежена колисковими. На її думку, рівень схвалення радіопрограм залежить від фізичної реакції на почуте. Дослідниця доводить, що діти віком до 3 років можуть сприймати інформацію, але не можуть стежити за її розвитком. У зв'язку з цим сприйняття потребує додаткового часу, а засоби радіо не дають такої можливості. Тому цей віковий період не можна вважати часом усвідомленого вибору медіапродукції.

У працях педагога М. Монтесорі зазначається, що радіопрограми для дітей дошкільного віку тісно пов'язані з періодом «чомучки». З огляду на це є дуже важливим, щоб під час прослуховування дорослі були поряд та змогли відповідати на числені запитання свого малюка. Маленький слухач може сприймати радіопрограму хронометражем не більше ніж 30 хвилин, оскільки його емоційний стан постійно перебуває в готовності до зовнішнього збудника, а висока чутливість нервової системи в поєднанні з постійним навчанням перевантажує нервову систему, як наслідок – найменші зауваження можуть призвести до бурхливої реакції, зміни настрою (Монтесорі, 1922).

Під час радіопередачі слухачі подумки малюють події, героїв, картини природи, тобто співвідносять слова (комплекси звуків) з предметами і явищами невербальної дійсності. Позитивне враження у слухачів викликають тембр голосу, його гучність і сила, паузи та темп мовлення. Ці характеристики сприяють розвитку уяви, дають змогу ідентифікувати голоси з їхніми володарями. Але більш повний асоціативний ряд можливий за умови вдалого поєднання кількох виражальних засобів: слова, музики й шумів. Ці звукові елементи не завжди присутні в програмах одночасно. Автори віддають перевагу слову й музиці, тоді як можливості шумових ефектів практично не використовуються. Ступінь введення звукових елементів до фону програм, окрім авторського задуму, залежить від віку цільової аудиторії. Так, діти дошкільного віку є допитливими й емоційними, до того ж їхні емоції зазвичай яскраво виражені, хоча й не завжди усвідомлені. Основною формою радіокомунікації, вказує Лизанчук, для цього віку залишаються казки, героям яких маленькі слухачі співпереживають, радіють за них, виступають учасниками комунікативного акту [20]

Вікові особливості прийняття радіопрограм залежать від емоційного, психологічного станів, у яких перебуває дитина. Вікові характеристики аудиторії впливають також на проблематику та форму радіопрограм.

Радіопрограми для дітей дошкільного віку – емоційні, насичені музично-шумовими ефектами, звуковими образами, що покликані розвивати уяву, створювати настрій, формувати зразки поведінки для застосування в подальшому житті.

До різновидів сприйняття деякі науковці відносять також телесприймання (Захарова, 1991). Такі характеристики телебачення, як звук, зображення, аудіовізуальні образи, – сприймаються одночасно різними органами чуття (зором і слухом) і безпосередньо пов'язані з емоційною сферою дитини. Саме тому воно є найбільш привабливим для дітей серед масмедіа. Поділяємо думку науковців (Г. Козак, С. Ейзенштейн, Ж. Мацкевич, Ю. Усова та інші), що вплив телебачення на виховання дітей

зумовлюється його особливостями, специфікою створення телепродукції, життєво-образними і динамічними властивостями, адекватними запитам підростаючої особистості дитини.

Аудіовізуальний образ як головний елемент телевізійної медіапродукції є більш доступним для сприймання дошкільниками, ніж слово, а, в окремих випадках, навіть є інформативнішим (може викликати безліч почуттів, переживань тощо). Тому візуальний аспект медіапродукції найбільш успішно сягає глибин емоційної сфери, яка, у свою чергу, є беззаперечно важливим чинником формування особистості. Отже, завдяки різноманітним медіатехнологіям, спрямованим на активізацію образної, емоційної сфери, масмедіа опосередковано можуть здійснювати свій маніпулятивний вплив на свідомість та поведінку підростаючого покоління.

Упродовж дошкільного віку дитина накопичує достатньо великий глядацький досвід, однак ще не здатна адекватно усвідомлювати отриману інформацію. Так, О. Леонт'єв зазначав, що наявність того чи іншого змісту в колі сприйняття дитини не означає ще, що цей зміст є предметом її свідомості, що він усвідомлюється нею. Він доводив, що сприйняття не завжди є пов'язаним з власне свідомістю [31].

Діти п'ятого року життя, незважаючи на те, що мислять картинками або їх фрагментами, можуть розрізняти образи у телепрограмі, розпитувати дорослих про імена героїв, окремі об'єкти програми тощо. Юні телеглядачі починають розуміти загальний зміст моралі мультфільмів, давати першу узагальнюючу оцінку позитивним і негативним героям одним словом – «гарний», «добрий» чи «поганий», «злий», «недобрий». У дітей з'являється інтерес до повторного перегляду знайомих мультфільмів, казок, при цьому реципієнти намагаються «підказувати» текст, випереджаючи його демонстрацію, часто промовляють фрази з улюблених фільмів разом із героями, неначе перевіряючи себе. Важливо зазначити, що діти здатні усвідомити для себе тільки фабулу подій: що було спочатку з героєм, що потім. У полі зору дитини, як правило, знаходяться лише головні герої, а

вчинкам другорядних персонажів вона не надає особливого значення (Козирева, 1981).

Психологи відзначають, що діти п'яти–шести років характеризуються надзвичайною мовною активністю, допитливістю, яка виражається в пізнавальних запитаннях «Чому?». На шостому році життя діти потребують інформації, «пізнавального спілкування», хоч вони дещо суб'єктивно засвоюють образний матеріал. Такі запитання, на які дитина прагне отримати відповіді, є свідченням розвитку її теоретичного мислення. На шостому році життя вони задовольняють свої пізнавальні потреби, переглядаючи телепередачі про планети, інші країни, про тварин, цікаві факти й події тощо. Дітей цікавлять не тільки ті події, які відбуваються в їх власному дитячому світі, у дитсадку, а й у місті, країні, світі, хоча в основі дитячого інтересу лежить мимовільна увага. Характеристикою сприймання медіапродукції дітей старшого дошкільного віку є мимовільна пам'ять. Вона ґрунтується на емоціях, інтересі, тому діти легко запам'ятовують те, що їх зацікавило, але забувають отриману інформацію дуже швидко.

Психологи С. Карпова, М. Степанова відзначали, що мовленню дитини старшого дошкільного віку притаманна діалогічність. Основними формами мовлення, що включені до процесу мислення, є монолог і діалог [4]. Якщо дитина не розуміє монологу (діалогу), який лунає в кадрі, перевага надається зображувальному аспекту. З огляду на те, що старші дошкільники вже можуть коментувати окремі кадри фільмів, переказувати побачене на екрані, вважаємо, що дорослі мають ставити послідовні запитання відносно подій, що відбуваються.

Особливості дитячого сприйняття, віра аудиторії в казку, дива, добрих фей багато в чому визначають організацію уваги дітей, сформованої ще під час перегляду казок, герої яких були простими, типовими, їхні характери визначали дві – три якості – доброта, хоробрість, кмітливість. У дошкільному віці сприйняття казки – особлива форма діяльності дитини (Кизилова, 2015). Аудиторія оцінює сюжети казкових передач із погляду їх відповідності

навколишній картині світу. Якщо аудиторія не знаходить суперечностей, то щиро вірить в те, що відбувається на екрані. Діти 5–6 років можуть переглядати будь-які казки, сюжет яких захоплює їх увагу, збуджує допитливість, розвиває інтелект, і, передусім, допомагає зрозуміти свої бажання та емоції. Тобто вони мають зачіпати всі сторони особистості дитини: мислення, емоції, поведінку.

У дошкільному віці одним із улюблених різновидів медіапродукції дітей є реклама. Вони легко розпізнають мелодії кліпів і логотипи товарів, прагнуть скопіювати ролик, важко розрізняють реальне й уявне. Схильність дітей до наслідування робить їх вразливими до впливу реклами. Вона подобається дітям своєю яскравістю, музичним оформленням, короткими зрозумілими сюжетами, що легко запам'ятовуються та привертають увагу малюків. Діти сприймають зображення, звуки та повідомлення як гармонійне поєднання. Чим вдалішим воно є, тим сильніший вплив має реклама на дитячу аудиторію (Телетов, 2015).

На основі вищезазначеного наголосимо, що педагогу необхідно навчити дитину порівнювати, узагальнювати, аналізувати отриману інформацію з масмедіа, організовуючи спостереження, бесіди, ознайомлення з художньої літературою. Результатом цих дій має стати сформована критичність мислення, компетентність в освоєнні медіапростору.

Можемо стверджувати, що важливо забезпечити виховання у дітей основ культури використання медіапродукції, яка буде слугувати внутрішнім механізмом їх медіабезпеки на основі розвинутих уявлень про морально-етичні норми, цінності, мотиви використання медіапродукції, а також розвиток основ критичного мислення та інших якостей, які дозволять дитині безпечно здійснювати спілкування з різними масмедіа з метою особистісного розвитку.

Специфіка виховання основ культури використання медіапродукції у період дошкільного дитинства полягає в тому, що така робота здійснюється комплексно: під час ознайомлення з елементарними медіапоняттями

(медіаграмотність), стимулювання безпечної поведінки (медіабезпека), вивчення особливостей медіапродукції (культурне і безпечне її використання).

Висновки до першого розділу

Проведений аналіз наукових досліджень з питань розвитку креативного мовлення, виховання основ культури використання медіапродукції у дітей дошкільного віку показав, що цей феномен особистості є актуальною проблемою вітчизняної та зарубіжної науки.

Особливим аспектом формування сучасної особистості в освіті стає медіаосвіта, яка спрямована на розвиток медіаграмотної особистості дитини.

Специфіка медіаосвіти з точки зору педагогіки полягає в тому, що усі учасники педагогічного процесу рівноправні перед отримуваною інформацією.

Отже, медіаосвіта частина загальної освіти, яка спрямована на формування медіакультури особистості.

Передшкільний вік є сенситивним періодом для виховання основ культури використання медіапродукції і є підґрунтям для її подальшого розвитку на наступних етапах онтогенезу.

Приєднуємось до думки Ю.Семеняко, що медіапродукцією вважаємо конкретні види медіаповідомлень разом із носієм, що публікуються або транслюються за допомогою засобів масової інформації і адресовані цільовій аудиторії. Відзначимо, що культура використання не є вродженою якістю особистості, а формується в процесі життєдіяльності.

Медіакультура є способом освоєння дійсності за допомогою засобів масової комунікації і становить сукупність матеріальних та духовних цінностей, культурних значень та текстів, способів їх виробництва, зберігання та передачі у сучасній соціокультурній реальності.

Приєднуємось до думки М. Рогачко-Островської та під креативним мовленням розуміємо як набуту властивість особистості, її здатність до

створення оригінальних мовних текстів (розповідей, віршів, казок, сюжетів тощо), на підставі набутого досвіду; передача в мовленні власних творчих задумів засобами художнього слова (експресивна лексика, переносні значення слів, синоніми, фразеологізми, прислів'я, приказки тощо); здатність до імпровізації у процесі креативномовленнєвої діяльності

Розвиток креативного мовлення – спеціально організований систематичний процес реалізації дитиною в мовленні творчих задумів

Психологічні особливості дітей передшкільного віку обґрунтовують специфіку організації процесу розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку засобом медіапродукції. Саме в цей період зростає значимість ролі дорослого, яка полягає в створенні такого середовища, яке сприяє становленню, реалізації, розкриттю, самовдосконаленню особистості дитини в медіапросторі.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МОВЛЕННЯ ДІТЕЙ ПЕРЕДШКІЛЬНОГО ВІКУ У ПРАКТИЦІ ЗАКЛАДІВ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ.

2.1. Аналіз основних державних документів та державних програм закладів дошкільної освіти щодо завдань з розвитку мовлення

Для визначення стану розвитку креативного мовлення здійснено насамперед аналіз державних стандартів дошкільної освіти та варіативних програм для з'ясування наявності завдань з розвитку креативного мовлення дітей.

Насамперед було проаналізовано державний стандарт дошкільної освіти України – Базовий компонент дошкільної освіти (далі – БКДО) [7, с. 14–15], у якому зведено норми і положення, визначено державні вимоги до рівня освіченості, розвиненості та вихованості дитини 6 (7) років життя. У Державному стандарті наголошено, що «розвиток особистості дитини є основним ресурсом, що визначає поступальний рух суспільства» [7, с. 5]. Саме тому головним суб'єктом освітнього процесу в закладі дошкільної освіти є дитина.

Інваріантну частину змісту дошкільної освіти систематизовано за відповідними освітніми напрямами («Особистість дитини», «Дитина в соціумі», «Дитина у світі культури», «Гра дитини», «Мовлення дитини» тощо [7]), що забезпечують «неперервність змісту освітніх ліній дошкільної та початкової ланок» [3]. Кожна освітня лінія БКДО передбачає кінцевий результат засвоєння освітньої роботи – сформованість відповідного виду компетенцій. Освітній напрям «Мовлення дитини» передбачає «засвоєння дитиною культури мовлення та спілкування, елементарних правил користування мовою у різних життєвих ситуаціях» [7, с. 6.] Кінцевим результатом засвоєння освітнього напрямку «Мовлення дитини» є такі види компетентностей: «мовленнєва (фонетична, лексична, граматична,

діалогічна, монологічна) та комунікативна (сформованість усіх видів мовленнєвої компетенції)» [7, с. 9].

У БКДО передбачено сформованість у дітей передшкільного віку комунікативно-мовленнєвої компетентності з такими показниками:

- дитина виявляє словесну творчість у різних видах мовленнєвої діяльності;
- складає різні види розповідей: описові, сюжетні, творчі (розповіді-повідомлення, роздуми, пояснення, етюди);
- складає розповіді як за планом вихователя, так і самостійно;
- розповідає про події із власного життя, за змістом картини, художніх творів, на запропоновану тему, за ігровою та уявлюваною ситуаціями, за результатами спостережень та власної діяльності;
- вміє пояснити хід наступної гри, майбутній сюжет малюнка, аплікації, виробу [7, с. 22].

Відзначимо, що в освітній напрям «Дитина у світі культури» наголошено на тому, що «дитина вдається до римування, словотворчості, гуманних змін і продовження казки, оповідання, виявляє навички образного мовлення» [7, с. 18].

Отже, у освітній напрям «Мовлення дитини» БКДО, передбачено сформованість у випускників ЗДО (6-7 р.) мовленнєвотворчих умінь, монологічного мовлення хоч і відсутній термін «креативне мовлення».

З-поміж варіативних освітніх програм заслуговує на аналіз оновлений варіант програми «Впевнений старт» для дітей старшого дошкільного віку [42], який орієнтований на модернізацію дошкільної освіти. Студійована програма побудована за діяльнісним підходом, за різними видами діяльності. Започатковує програму «Комунікативна діяльність» дитини [42, с. 19] як діяльність спілкування. Після здоров'язбережувальної та пізнавально-дослідницької діяльності автори програми повертаються до мовленнєвої діяльності [42, с. 17-19] (про яку, доречі, взагалі не

згадується у подальшому тексті), в якій подано зміст розвитку мовлення дітей за мовленнєвими розділами (звукова культура, словник, граматична будова мовлення, монологічне мовлення (без діалогічного) і навчання грамоти. Зрозуміло, що за таким підходом у змісті розділу «Мовлення дитини» відсутня вимога не тільки «формування різних мовленнєвих компетенцій, а й розвиток творчих мовленнєвих умінь і навичок у дітей, які й повинні реалізуватись у процесі різних видів діяльності» [42, с. 20].

Освітня програма «Я у світі» (нова редакція) «зорієнтована на розвиток особистості дитини як найвищу цінність життя та формування у неї різних видів компетенцій», за БКДО [41]. Авторами відзначено, що мовлення дитини 6 року життя «стає суб'єктом уваги дитини – вона грає словами, римами, смислами, експериментує» [41, с. 310].

Слушними у площині дослідження вважаємо такі освітні завдання розділу: «заохочувати дорозповіді із власної ініціативи та на прохання дорослих; розвивати прагнення до словотворчості, ігри звуками, словами, римами» [41, с. 317], а також набуття дитиною певних базових якостей (компетенцій), з-поміж них і «креативність», тобто «висуває ідеї та гіпотези під час розв'язання проблемних задач, виявляє оригінальність під час створення мовленнєвих розповідей, прогнозує ймовірні події із власного життя; проявляє схильність до словотворчості, варіює висловлювання, грає словами, забарвлює мовлення гумором; складає самобутні вірші, оповідання про себе, казки про рослини і тварин тощо» [41, с. 322].

Зазначимо, що у змісті освітньої програми «Дитина» [19] передбачено розділ «Фантазери-мрійники», який присвячено дітям шостого року життя. До набутих вікових особливостей розвитку мовлення дітей 6 року життя автори відносять такі: «спілкування, творча активність; прояв творчої активності у всіх видах діяльності, зокрема в ігровій, мовленнєвій, художньо-мовленнєвій діяльності;

розвиток фантазії, уяви тощо» [19, с. 143]. В Освітній лінії «Мовлення дитини» передбачено «формувати вміння складати різні види розповідей; розвивати мовленнєву та пізнавальну активність, спонукати до словесної творчості: складання казок, описових та сюжетних розповідей, загадок, розповідей-міркувань; розвивати фантазію та креативність дітей у мовленнєвій діяльності; стимулювати прагнення дітей до акторської імпровізації» [19, с. 161].

Авторами освітньої програми «Українське дошкілля» у завданнях освітньої лінії «Мовлення дитини» студійовано навчання дітей «складати творчі розповіді: розповіді-міркування, із власного досвіду, власні казки й оповідання; вчити аналізувати назву картин та пропонувати свою назву тощо» [6, с. 219-220], а результативними показниками мовленнєвої компетенції дитини є «володіння словотворенням і словозміною; дитина самостійно складає речення та речення із запропонованим словом; створює творчі розповіді: розповіді-етюди, розповіді-мініатюри, розповіді про смішні випадки, продовжує розповідь, яку розпочала вихователька» [50, с. 221]; «дитина змінює початок казки, вводить нових героїв у зміст казки за завданням виховательки; складає казки, загадки; добирає слова-рими» [50, с. 229].

У комплексній освітній програмі розвитку, навчання і виховання дітей дошкільного віку «Соняшник» [41] зміст роботи з дітьми передшкільного віку подано під назвою «Дослідник».

У програмі в освітній лінії «Мовленнєво-комунікативний розвиток» передбачено таке: «складання розповідей (за планом дорослого і без нього) із власного досвіду про іграшки, творчих, на задану тему, за картинкою, розповідей-етюдів, мініатюр; розвиток і виховання здатностей до творчості, складання розповідей за аналогією, фантазії за змістом прочитаних творів, придумування казки про об'єкти та предмети, використовуючи окремі словосполучення і фрази, запропоновані педагогом; «казки на новий лад» [41, с.

114], а також «використання зразків, одержаних у процесі сприймання фольклорних та художніх текстів у власній творчості (добирання рим до віршів, розповіді за аналогією, фантазії за змістом прочитаних творів, придумування кінцівкиказки, «казки на новий лад», колективні фантастичні розповіді, словесні «малюнки» із зображенням героїв тощо) [41, с. 134].

Серед парціальних програм заслуговує розгляду парціальна освітня програма художньо-естетичного розвитку дітей дошкільного віку «Радість творчості» [51]. У розділі «Захопливий світ літератури» зазначено кінцеві результати навчання: «дитина виявляє інтерес до мовленнєвої творчості, складає розповіді, казки-небилиці, вигадує нові епізоди, початок або кінець твору, створює вірші, пісеньки, загадки, анекдоти тощо; охоче фантазує, імпровізує, займається словотворенням, відтворює прості уявні образи у різних видах творчої діяльності (конструктивній, образотворчій, театралізованій тощо), намагається при цьому зробити їх оригінальними, несхожими на інші [51, с. 35]; «розвиток виразного літературного мовлення, вправління в інтерпретації різних літературних образів, залучення до аналізу поведінки головних персонажів з позицій людської моралі; формування власних оцінно-етичних суджень; заохочення до емоційного переказу невеликих прозових творів, виразного читання віршів напам'ять» тощо [51,с. 36].

Отже, проведений аналіз чинних освітніх програм для закладів дошкільної освіти засвідчив, що хоча в них представлено основні складники (творче мовлення, словотворення тощо) розвитку креативного мовлення дітей, проте здебільшого в них відсутнє поняття «креативне мовлення» та особливості його розвитку у дітей дошкільного віку.

2.2. Оцінка стану роботи закладів дошкільної освіти з виховання основ культури використання медіапродукції у дітей передшкільного віку

У процесі вивчення проблеми дослідження виникає необхідність у вирішенні важливих практичних задач: аналізу змісту виховання основ культури використання медіапродукції, який подано в програмово-методичних документах дошкільної освіти, вивчення педагогічних чинників, що впливають на процес її виховання в умовах ЗДО та сім'ї.

Аналіз стану означеної проблеми в практиці роботи закладів дошкільної освіти вважаємо за доцільне розпочати з огляду Базового компонента дошкільної освіти України та сучасних чинних програм навчання, виховання та розвитку дітей дошкільного віку, як-от: «Соняшник», «Впевнений старт», «Українське дошкілля», «Дитина», «Дитина в дошкільні роки».

У Базовому компоненті дошкільної освіти України (нова редакція), на жаль, не виокремлено завдань, які б були спрямовані на виховання основ культури використання медіапродукції у дітей дошкільного віку. Однак, в освітній напрям «Дитина в сенсорно-пізнавальному просторі. Комп'ютерна грамота» у варіативному складнику стандарту дошкільної освіти, визначено такий зміст роботи з ознайомлення з сучасними інформаційними технологіями та цифровою компетентністю: обізнаність із комп'ютером, способами керування ним у процесі виконання ігрових та навчально-розвивальних програм, здатність розуміти і використовувати спеціальну термінологію; вміння дотримуватись правил безпечної поведінки під час роботи тощо.

Вважаємо, що діти-випускники закладу дошкільної освіти мають вміння працювати з інформацією, адекватно сприймати й оцінювати її, критично осмислювати на основі моральних та культурних цінностей. називає основні технічні засоби та побутове приладдя, що використовується в домашньому

господарстві; усвідомлює, що довколишній предметний світ – рукотворний, створений для задоволення потреб людини та завдяки людській праці; має елементарні знання про засоби зв'язку, оперує їх назвами.

У формуванні художньо-продуктивної діяльності вказано, що дитина цілісно відтворює зміст твору, ідентифікує почуття та вчинки персонажів із власними, висловлює особисту позицію. Це завдання частково пов'язане з роботою з виховання культури медіаспоживання – вміння аналізувати сприйнятий медіаконтент, акцентує А. Богуш А..

Програма розвитку дітей старшого дошкільного віку «Впевнений старт» окремо не виділяє аспект виховання культури використання медіапродукції, але орієнтує педагогів та батьків на вирішення деяких задач з цього напрямку роботи. Так, у розділі «Пізнавальний розвиток» можемо виділити наступні освітні завдання: розвивати вміння аналізувати різні явища і події, зіставляти їх, узагальнювати, робити елементарні висновки, умовиводи, висувати припущення, обґрунтовувати власну думку; заохочувати пізнавальні питання дитини; знайомити з різними джерелами інформації (книги, журнали, газети, телебачення, радіо); показувати їх роль в житті людей; формувати елементарне уявлення про те, що кожна людина є користувачем (споживачем) предметів та їх творцем (виробником); організовувати пізнавальну діяльність (обговорюйте, читайте, експериментуйте; залучати до перегляду та прослуховування радіо- і телепередач пізнавального напрямку, обговорювати побачене й почуте в родинному колі. Як бачимо, програма передбачає ознайомлення дітей старшого дошкільного віку ознайомлення з масмедіа та підкреслює важливість обговорення медіапродукції з дорослими, що в контексті нашої роботи частково забезпечує реалізацію когнітивного та поведінкового компонентів.

У розділі «Мовленнєвий розвиток» для роботи в аспекті нашого дослідження важливими є наступні завдання: формувати елементарні навички оцінювального, пояснювального мовлення при складанні

розповідей-суджень і пояснень, дотримання логіки причинно-наслідкових зв'язків у самостійних міркуваннях; вчити осмислювати зміст почутого, усвідомлювати тему та провідну ідею твору, запам'ятовувати та відтворювати послідовність подій близько до тексту, розвивати емоційну чутливість до подій твору, вчинків і долі персонажів, вчити передавати у переказі авторські оцінки та власні ставлення; прилучати до обговорення змісту, персонажів, висловлення власних оцінних суджень і ставлень, участі в етичних бесідах за прочитаним чи розказаним та визначенні моральної цінності твору; спонукати до постановки питань про те, що було незрозумілим у змісті сприйнятого. Цікавитися новинками книжкового ринку та періодики для дошкільників, залучати дітей до їх вибору і придбання тощо. Слід зазначити, що у розділі «Ігрова діяльність» у наведеному орієнтовному переліку ігор є «Пошта», «Бібліотека», «Телебачення», «Кінотеатр», «Кіностудія», з чого можемо передбачити, що діти старшого дошкільного віку ознайомлюються з особливостями і специфікою роботи означених професій, їх значенням тощо.

У комплексній програмі розвитку, навчання і виховання дітей дошкільного віку «Соняшник» увагу приділено формуванню окремих складників культури використання медіапродукції, а саме: навчити дитину відповідати за змістом художніх текстів, мультфільмів, діафільмів і переказувати їх; формувати навички усвідомлення того, що деякі дії можуть бути небезпечними для здоров'я; виховувати розумні потреби. Формувати оцінні судження, адекватні естетичні і моральні оцінки поведінки героїв (Калуська, 2014).

У програмі розвитку дитини дошкільного віку «Українське дошкілля» (2017) відсутні спеціально виокремлені завдання виховання основ культури використання медіапродукції. Проте, серед них виокремлюються такі, що є фундаментом для виховання культурного медіаспоживача. Наприклад: дати уявлення про сучасні засоби зв'язку: поштовий, телекомунікативний, електронний, про їх призначення та принцип дії; про засоби масової

комунікації (телебачення, радіо, газети, журнали); розповідати дітям про мету реклами, джерела рекламування товарів і види реклами, вчити рекламувати товар; формувати розуміння вироблених правил, знати, що їх треба дотримувати; розвивати вміння висловлювати своє ставлення і давати оцінку творам, картинам, мультфільмам, вчинкам; вчити розуміти моральний зміст подій (Білан, Возна, Максименко, 2017).

Комплексна освітня програма «Дитина в дошкільні роки», на відміну від інших програм, має в освітній лінії «Особистість дитини» розділ «Інформаційна культура». Змістом і завданнями освітньої роботи є: розширення уявлень про джерела інформації, яку використовують представники різних професій, їхнє порівняння; визначення наслідків недостатності інформації, передавання неправдивої інформації і втрати інформації для представників різних професій та в різних ситуаціях повсякденного життя. Формування уявлень дітей про способи забезпечення від неправдивої інформації, способи захисту інформації, найпростіші способи перевірки надійності інформації. Учити перевіряти надійність інформації доступними способами, порівнювати різні способи її передавання і зберігання, визначити їхню ефективність та надійність у різних ситуаціях повсякденного життя. Сприяти усвідомленню того, що масова інформація відрізняється від іншої, вчити особливостям її використання (Крутій, 2016).

Окрім того, ознайомлення дитини зі світом масмедіа і формування відповідних знань та навичок пронизує й інші розділи даної програми. Так, в освітній лінії «Дитина в соціумі» звертається увага на те, що педагоги мають: сформувати систему уявлень про засоби комунікації та друку (телебачення, радіо, періодику) і характером роботи людей, зайнятих у цій сфері. Освітня лінія «Дитина у світі культури» звертає увагу на необхідність ознайомлення дітей із назвами машин, технічних приладів, що полегшують працю дорослих, а також предмети культурного вжитку (телефон, мобільний телефон, магнітофон, плеєр, комп'ютер, ноутбук, планшет тощо). Важливими завданнями також є: виховання елементарної культури

споживання продуктів праці дорослих; формування уявлень, що люди-споживачі (дорослі, діти) використовують для задоволення життєвих потреб речі, прилади, побутову техніку тощо – предмети, які створено людьми-виробниками; діти ще маленькі, вони є тільки споживачами, а не виробниками; ознайомлення з сучасними професіями людей, робота яких має відношення до засобів масової комунікації та друку (редактор, диктор, журналіст, фотограф, відео- та кінооператор, звукооператор, програміст тощо).

Означені завдання знаходять відображення в освітньому напрямі «Гра дитини». Зазначається, що у грі необхідно спонукати дітей до відображення в сюжеті побутових дій подій із казок, мультфільмів. Великого значення автори надають навчанню дітей дошкільного віку відповідати на запитання за змістом сприйнятого, висловлювати своє ставлення до героїв, оцінювати їх вчинки, формуванню навички розповідання в супроводі картин-ілюстрацій, репродукцій, слайдів, фотографій. Показувати дітям відеофільми, діафільми і обговорювати побачене. Тож, як бачимо, дана програма більшою мірою орієнтується на ознайомлення дітей за світом масмедіа через різноманітні види діяльності.

Серед освітніх завдань у програмі «Дитина» (2020) визначаються такі, що розкривають зміст роботи з ознайомлення дітей старшого дошкільного віку з сучасними комп'ютерними та інформаційними технологіями. Так, в розділі «Предметний світ» зазначені наступні освітні завдання: поглиблювати уявлення дітей провідомі професії; продовжувати знайомити дітей з творчими професіями, зокрема (фотографа, журналіста, репортера, оператора, дизайнера, про роботу працівників радіо, телебачення); вчити помічати цікаві сюжети в реальному житті та робити фотознімки. Програма передбачає розділ «Економічне виховання», в якому запропоновано дати дітям уявлення про рекламу як засіб привернення уваги до товару, який хочуть продати; формувати критичне ставлення до реклами (Беленька ті інші, 2020).

Автори пропонують збагачувати тематику сюжетно-рольових ігор на основі спостережень дітей за навколишнім життям, а також знань, отриманих під час читання літературних творів, перегляду телевізійних передач тощо. Серед наведеної орієнтовної тематики ігор є «Радіокомпанія», «Телекомпанія» тощо. У розділі «Дитина у світі культури» для нашого дослідження цікавими є такі освітні завдання, як: вчити дітей брати участь у різних видах бесід за змістом художніх творів (морально-оцінювального характеру, за запитанням автора твору, у зв'язку з прочитаним); вчити свідомо аналізувати поведінку героїв, висловлювати своє ставлення до них, мотивувати моральні оцінки (на основі аналізу творів формувати узагальнені уявлення про позитивні моральні якості, як-от: доброта, чесність, щедрість, чуйність, скромність, ввічливість – та негативні: злість, брехливість, жадібність, хвастливість, жорстокість, грубість).

Проведений аналіз програм дозволяє дійти висновку, що в даний час, проблемі виховання у дітей основ культури використання медіапродукції приділяється не достатньо уваги. Можемо констатувати, що акцент все більш зміщується на оволодіння практичними навичками використання комп'ютерів на визначення його ролі в житті тощо. Пояснити це можна тим, що досить розповсюдженою є думка про те, що для успішності дитини в інформаційному суспільстві необхідно якомога раніше навчити її працювати на комп'ютері і потім систематично розширювати набуті знання і навички. Однак, на нашу думку, технічні знання і навички, безумовно, важливі, але не можуть розглядатися як основна ланка процесу успішної медіасоціалізації дитини. Тож виховання дітей передшкільного віку як свідомих, культурних споживачів медіапродукції неможливо на основі опанування ними лише комп'ютерною грамотністю.

Важливо розвивати у дітей дошкільного віку вміння аналізувати й оцінювати зміст медіапродукції, вміння використовувати її під час навчання і дозвілля і вміти критично оцінювати власну медіаповедінку. Це потребує

перегляду існуючих методів, форм і змісту навчання, а також передбачає необхідність розробки системи роботи для закладів дошкільної освіти.

Для з'ясування питання, щодо роботи з медіапродуцією та організації медіадіяльності дітей передшкільного віку було анкетування вихователів (ЗДО№ 148, ЗДО№ 241 м.Кривого Рогу).

До опитування було залучено 8 вихователів дітей передшкільного віку. Нами було розроблено анкету з відкритим типом запитань, які були спрямовані на виявлення ставлення вихователів до проблеми виховання основ культури використання медіапродукції у дітей старшого дошкільного віку; розуміння ними змісту поняття «вихованість у дітей старшого дошкільного віку основ культури використання медіапродукції»; вибір методів та прийомів, які, на їх думку, є більш дієвими для виховання означеної особистісної характеристики. Зразок анкети подано в додатку Б.

З'ясувалося, що на перше запитання «Як Ви розумієте поняття «вихованість у дітей старшого дошкільного віку основ культури використання медіапродукції»» було отримано такі відповіді: «використання медіапродукції для збагачення світогляду, розвитку дитини; перегляд навчальних відео для розширення знань дітей» – 26 % вихователів, «використання зі ЗМІ тільки корисної для дітей інформації» – 12 % респондентів, «уміння користуватися гаджетами, не зловживати ними» – 7 % вихователів, «використання сучасних технічних засобів в освітньому процесі» – 30 %, «уміння пошуку, аналізу та оцінювання медіаінформації» – 14 %. Незначний відсоток вихователів (9 %) зазначили, що «культура використання медіапродукції» – це вибіркоче та дозоване споживання медіапродукції, і 2 % розуміють її як «інформаційну обізнаність». Ці відповіді дають можливість припустити, що неточне й різноаспектне розуміння сутності поняття «вихованість у дітей старшого дошкільного віку основ культури використання медіапродукції» більшістю вихователів заважають їм успішно здійснювати освітню роботу в означеному напрямі.

Щодо наступного запитання «З якою медіапродукцією, на Вашу думку, можна знайомлювати дітей старшого дошкільного віку?», було названо: мультфільми (48 %), реклама (9 %), комп'ютерні ігри (18 %), художня література (12 %), телепередачі (10 %), журнали (3 %). Серед педагогів спостерігалася єдність у відповідях на запитання «Як часто в освітньому процесі Ви приділяєте увагу роботі з виховання основ культури використання медіапродукції?». Так, 2,5 % вихователів зазначили, що 2-3 рази на тиждень. На думку 47 % респондентів на роботу з означеного напрямку немає часу, адже важливо виконати завдання календарного планування.

Серед вихователів, що взяли участь у анкетуванні, значна кількість (41 %) вказала, що не проводять таку роботу, оскільки для цього немає належних умов (обладнання) та теоретичних знань. Невеликий відсоток респондентів (4,5 %) планують роботу з виховання основ культури використання медіапродукції за потребою. 5 % педагогів не вважають роботу з досліджуваної проблеми необхідною.

На четверте запитання «Чи потрібно, на Вашу думку, ознайомлювати дітей із засобами масової інформації, медіапродукцією в закладах дошкільної освіти?» вихователі не дійшли згоди. Значна кількість респондентів (54,2 %) відповіли, що не потрібно, бо діти знайомляться з цим вдома. 11 % вихователів дотримуються схожої точки зору, зазначаючи, що краще запропонувати дітям ігри, спілкування з вихователем та однолітками. 18,6 % педагогів вважають, що сучасних дітей необхідно навчати використовувати гаджети з користю, вчити контролювати час використання медіапродукції, розповідати про позитивний та негативний вплив масмедіа на людину. Невеликий відсоток педагогів (13,2 %) уточнили, що ознайомлювати з медіапродукцією можна, розповідаючи дітям про корисні телепередачі та мультфільми. Зауважимо, що серед респондентів (3 %) були й ті, що ототожнюють роботу з виховання основ культури використання медіапродукції із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій.

У відповідях було зазначено: «медіа можна використовувати дозовано, тільки як допомога на заняттях», «використання медіазасобів та медіапродукції на заняттях сприяє кращому запам'ятовуванню дітьми навчального матеріалу», «у роботі я використовую ноутбук, дітям подобається».

Відповіді на запитання «Яких знань Вам недостатньо для здійснення означеного напрямку освітньої роботи?» дозволили констатувати, що більшість вихователів вдалися до узагальнення: 66% зазначили «недостатньо всіх знань та практичних умінь», 21% – виокремили такі: «технічних навичок роботи з ноутбуком, комп'ютером», 13% респондентів зауважили лише – «вміння працювати в програмах MicrosoftWord та Power Point».

Отримані відповіді вкотре підкреслюють не правильне розуміння вихователями сутності роботи з виховання основ культури використання медіапродукції.

Щодо наступного запитання «На реалізацію яких завдань має бути спрямована робота з виховання основ культури використання медіапродукції у дітей?» 32 % вихователів визначили основним завданням «навчити батьків контролювати час використання дитиною медіапродукції». Інші ж респонденти (18 %) обмежились такою відповіддю: «ознайомити дітей зі значенням масмедіа у житті людини». Педагогами підкреслювалася лише така складова культури використання, як уміння обирати корисну медіапродукцію, передачі моральні за змістом, «добрі» мультфільми (29,6 %). У деяких відповідях (12,2 %) простежувалося явне нерозуміння змісту культури споживання. Наприклад, були отримані такі відповіді: «урізноманітнення змісту роботи з дітьми», «розвиток пізнавальних процесів», «виховання сучасної особистості ХХІ століття», «цікаве проведення занять» тощо. Незначна кількість вихователів (8,2 %) у своїх відповідях завданням з виховання основ культури використання медіапродукції вбачали розвиток навичок роботи з комп'ютером, ознайомлення з його призначенням та можливостями.

Аналіз відповідей на запитання «Які методи та прийоми роботи Ви застосовуєте для виховання основ культури використання медіапродукції?» дав змогу виявити, що провідним методом більшість вихователів вважають бесіди (46,4 %). У відповідях було також зазначено: перегляд мультфільмів та пізнавальних передач з подальшим обговоренням (18,5 %), дидактичні ігри (14 %), віртуальні екскурсії (1,1 %), розглядання друкованих видань (5 %), виконання творчих завдань (7 %). Деякі вихователі (8 %) зауважили про важливість демонстрування власного прикладу. Аналіз відповідей педагогів показав, що у них викликає труднощі вибір методів виховання основ культури використання медіапродукції, вважаючи майже всі методи «дієвими», тому передбачаємо, що вони не застосовують жодний із них продуктивно.

За запитанням «Які ознаки характеризують Вас як культурного споживача медіапродукції?» з'ясувалося, що не всі вихователі обізнані з характерними умінями та навичками культурного медіаспоживача. Респонденти називали такі, як: «використовую медіапродукцію для підготовки до занять, ігор, звітів, свят та розваг» – 42% респондентів (як бачимо, вихователі назвали переважно характеристику ІКТ-компетентності); «я перевіряю інформацію з інтернету в різних джерелах та дозую час, який проводжу з медіазасобами» – 23 %, «вмію користуватися комп'ютером» – 15% вихователів, «спілкуюся з друзями, шукаю для себе потрібну інформацію» – 20% респондентів.

Отримані дані дозволяють стверджувати, що розуміння педагогами проблеми виховання основ культури використання медіапродукції у дітей є незадовільним. Це обумовлено низкою причин, серед яких головною виступає неповне, не точне і достатньо однобічне розуміння досліджуваної характеристики та особливостей її виховання в передшкільному віці.

Найбільш поширеними методами та прийомами є: бесіди, пояснення, запитання, зауваження, переконання, а також приклади з художньої літератури та з повсякденного життя. Більшість педагогів-практиків вказали,

що робота з означеного напрямку не є необхідною для виховання повноцінної, різнобічно розвинутої особистості. Окремі вихователі схильні до думки, що впливати на споживчу поведінку дітей слід лише після здійснення дитиною негативного вчинку.

Така робота має проводитися у тісній взаємодії з родинами вихованців.

Висновки до другого розділу

Узагальнення результатів аналізу державних документів та комплексних, парціальних програм закладів дошкільної освіти з розвитку креативного мовлення та споживання медіапродукції дітей передшкільного віку дає підстави для ряду висновків:

Встановлено, що на сучасному етапі в сім'ях та у закладах дошкільної освіти вирішенню завдань виховання у дітей старшого дошкільного віку основ культури використання медіапродукції приділяється недостатньо уваги. Батьки та педагоги дещо недооцінюють можливості дітей щодо культурного використання медіапродукції. Натомість спостерігається або надмірна регламентація дитячої поведінки, обмеження їх медіаспоживчого вибору, або, навпаки, вседозволеність у процесі медіаспоживання. У практиці освітньої роботи закладів дошкільної освіти більше уваги приділяється аспектам формування медіабізнаності дітей, аніж накопиченню в них досвіду культурної медіаповедінки. З'ясовано, що протягом часу перебування в закладі дошкільної освіти діти часто стають учасниками ситуацій використання медіапродукції. Однак, в освітньому процесі відсутня систематична та планомірна робота з означеної проблеми.

Ставлення батьків до процесу виховання основ культури використання медіапродукції у дітей можна окреслити як поверхневе. Одним із домінуючих методів, що використовують батьки для забезпечення своєї дитини від негативного медіавпливу, є заборона взаємодії дитини з медіапродукцією, яка ретранслюється дітям у вигляді наказу чи заборон. На

думку більшості батьків, культурне використання дітьми медіапродукції можна забезпечити шляхом повного контролю за їх діяльністю, натомість нав'язуючи їм, як правило, медіаконтент на власний розсуд.

Отже, процес виховання у дітей передшкільного віку розвитку креативного мовлення засобом використання медіапродукції у закладах дошкільної освіти вимагає подальшої розробки та буде реалізований в наступному розділі.

РОЗДІЛ 3. ПРЕЗЕНТАЦІЯ МЕДІАПРОЕКТУ ЯК ЗАСОБУ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МОВЛЕННЯ ДІТЕЙ ПЕРЕДШКІЛЬНОГО ВІКУ

3.1 Організація медіаосвіти для дітей передшкільного віку

Медіаосвіта як сучасний напрям модернізації педагогічної діяльності має на меті підготувати особистість до життя в інформаційно насиченому суспільстві, тобто навчити бути компетентним у медіапросторі, використовуючи медіапродукцію з користю для себе.

Вважаємо доцільним аналіз основних підходів щодо тлумачення дефініції «медіаосвіта», єдине розуміння якого, наразі, відсутнє. Так, вчена Г. Онкович «медіаосвіту» визначає як процес навчання й самонавчання особистості за посередництва масово-комунікаційних засобів (Онкович, 2011, с. 50), а Б. Потятиник (2004) розглядає її як науково-освітню сферу діяльності, яка ставить за мету допомогти індивідові сформуванню психологічний захист від маніпуляції чи експлуатації з боку масмедіа і розвинути та прищепити інформаційну культуру. На думку фахівців ЮНЕСКО, медіаосвіту необхідно чітко відрізняти від використання медіа як інструменту у навчанні (Іванов, 2017, с. 15).

Як зазначалось вище, методика дошкільної медіаосвіти інтегрована в різні освітні напрями Базового компонента дошкільної освіти, опирається на ключові поняття медіаосвіти, базується на вивченні тематичних розділів, пов'язаних із процесом створення медіапродуктів (діафільм, відео, коротке кіно, мультфільм, рекламний відеоролик тощо), їх видами та жанровими особливостями, структурою, ідеями, та ґрунтується на концентричному вивченні медіаматеріалу.

Вона дозволяє реструктурувати традиційні форми занять у вільні тематичні блоки, базується на реалізації різноманітних творчих завдань, спрямованих на розвиток вмінь аналізувати, «декодувати» медіатексти. У межах дошкільної медіаосвіти поєднуються акценти на творче сприймання

медіа і розвиток здатності створювати власну медіапродукцію (мінікнижка, відеокнига, журнал, газета, відеоролик рекламної тематиці, реклама у вигляді плакату, афіша, телерепортаж, медіарепрезентація, діафільм з озвучуванням і таке інше). Створення власного медіапродукту з метою його подальшого використання (наприклад, навчальний діафільм, відеокнига, газета або журнал) сприяє формуванню в дітей дошкільного віку продуктивної мотивації медіаосвітнього процесу.

Медіаосвіта дошкільна, як зазначено в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, принципово інтегрована і спрямована на збалансований естетичний та інтелектуальний розвиток особистості дитини (враховуючи різні форми інтелекту, зокрема емоційний, соціальний і практичний), забезпечує її захист від агресивного медіасередовища (серед іншого від інформаційного «сміття», невідповідних до вікових можливостей психіки дитини інформаційних впливів, зокрема продукції, що містить елементи насильства, жахів, еротики), уміння орієнтуватись, обирати і використовувати адаптовану відповідно до вікових норм медіапродукцію.

Медійні та інформаційні навички дітей дошкільного віку визначені в «Каталозі навичок медіа- та інформаційної грамотності», що підготував Фонд «Сучасна Польща» (Fundacja Nowoczesna Polska) в межах реалізації програми ЮНЕСКО «Інформація для всіх» (Польща). Слід зазначити, що вони чітко відповідають Базовому компонентові дошкільної освіти і чинним програмам.

Так, Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, що схвалена постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року (протокол № 1-7/6-150) зазначає, що це частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою масмедіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно-опосередковане спілкування, Інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (Беяк, 2013, с. 32). Схоже тлумачення знаходимо

у відомого медіапедагога О. Федорова. Він пропонує медіаосвіту розуміти як процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навчання різних форм самовираження за допомогою медіатехніки (Федоров, 2005)[64].

Сучасні дослідження (Р. Гуревич, М. Кадемія, О. Федоров, Л. Шевченко та ін.) вказують на доцільність використання медіа у процесах навчання й виховання різних вікових груп. Як уже зазначалося, у 2010 році було затверджено Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні, де схарактеризовано основні положення медіаосвіти на всіх освітніх рівнях, зокрема й у ланці дошкільної освіти. Так, у документі вказується, що медіаосвіта дошкільна є принципово інтегрованою й спрямована на збалансований естетичний та інтелектуальний розвиток особистості дитини, забезпечує її захист від агресивного медіасередовища (зокрема від інформаційного «сміття», невідповідних віковим можливостям психіки дитини інформаційних впливів, зокрема медіапродукції, що містить елементи насильства, жахів, еротики), уміння орієнтуватись, обирати й використовувати адаптовану відповідно до вікових норм медіапродукцію (Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/ Назва з екрану).

Зміст основ культури використання медіапродукції у дітей старшого дошкільного віку передбачає засвоєння медіаосвітніх знань, формування емоційно-позитивного ставлення до медіапродукції, усвідомлених мотивів медіаспоживання, оцінювання спожитого медіаконтенту, а також усвідомлення відповідних правил, яких слід дотримуватися у процесі медіаспоживання.

Формування у дітей інтересу до медіапродукції, прагнення усвідомлено використовувати її для задоволення різних інформаційних

потреб, а також активізацію мовлення дошкільників можливо через залучення дітей до різних видів діяльності.

Мовленнєва готовність дітей передшкільного віку, активізація та розвиток мовлення суттєво залежить від вмотивованості та наявності у них інтересу до медіапродукції, які спрямовують й організують поведінку дитини, надають особистісного змісту та значущості її медіаспоживчій діяльності.

Погоджуємося з думкою С. Рубінштейна, який зазначає, що для включення особистості в роботу потрібно щоб завдання, які перед нею поставлені, були не лише зрозумілі, а й внутрішньо прийняті, тобто набули значущості для особистості і знайшли відгук в її переживаннях (Рубінштейн, 2000). Впевнені, що лише викликавши у дітей інтерес до медіапродукції можна очікувати усвідомлений мовленнєвий розвиток, а потім активного залучення отриманих знань і умінь у власну медіаспоживчу поведінку.

Л. Божович стверджує, що інтереси лежать в основі всього культурного й психічного розвитку дитини, створюючи внутрішнє середовище розвитку, істотно змінюють силу діяльності, впливають на характер її протікання і результат. Науковець наголошує, що інтерес орієнтує дитину на певне, вибіркоче відношення до існуючих обставин, об'єктів.

Під формуванням інтересу у дітей старшого дошкільного віку розуміється педагогічно й цілеспрямовано організований процес переходу від цікавості до допитливості, а потім – до стійкої спрямованості на предмет і процес діяльності, здійснюваної на основі рефлексії та суб'єкт-суб'єктної взаємодії дорослого й дитини в різних видах діяльності, в тому числі медіаспоживчої (Плотникова, 2013)[45].

Пізнавальний інтерес проявляється у позитивному емоційному тоні, що супроводжує процес пізнання, у бажанні дізнатися більше про об'єкти, які знаходяться в полі зору уваги дитини. Основою пізнавального інтересу є активна мисленнєва діяльність. На думку психолога С. Рубінштейна доказом роботи думки і зародження розуміння є виникнення у дітей питань

(Рубінштейн, 2000)[65]. Тому, педагог має спонукати і постійно підтримувати у вихованців активний інтерес до медіапродукції, створюючи мовленнєві ситуації, які б стимулювали дітей ставити запитання щодо медіазасобів, медіапродукції.

3.2 Медіатекст як засіб активізації та розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку

Використання медіатехнологій з метою розвитку мовлення дошкільників, креативності та творчості, формування медіаторчості у дітей передшкільного віку, збагачення їх пізнавальної сфери дозволяють розширити можливості вихователя, створюють базу для активізації дітей. Така організація освітнього процесу дозволяє дошкільнику проявити себе, ширше розкрити власний творчий потенціал.

Методика дошкільної медіаосвіти базується на вивченні тематичних розділів, пов'язаних із процесом створення медіапродуктів (діафільм, відео, коротке кіно, мультфільм, рекламний відеоролик тощо), їх видами та жанровими особливостями, структурою, ідеями, та ґрунтується на концентричному вивченні медіаматеріалу.

Вона дозволяє реструктурувати традиційні форми занять у вільні тематичні блоки, базується на реалізації різноманітних творчих завдань, спрямованих на розвиток вмінь аналізувати, «декодувати» медіатексти.

У межах дошкільної медіаосвіти поєднуються акценти на творче сприймання медіа і розвиток здатності створювати власну медіапродукцію (мінікнижка, відеокнига, журнал, газета, відеоролик рекламної тематиці, реклама у вигляді плакату, афіша, телерепортаж, медіарепрезентація, діафільм з озвучуванням і таке інше). Створення власного медіапродукту з метою його подальшого використання (наприклад, навчальний діафільм, відеокнига, газета або журнал) сприяє розвитку мовлення та формуванню в дітей дошкільного віку продуктивної мотивації медіаосвітнього процесу.

В навчально-методичному посібнику «Медіаграмотність і критичне мислення в закладі дошкільної освіти» Дегтярьова Г.А. зазначає, що повинна бути чітко визначена мета введення масмедіа в заняття, як і будь-якого іншого засобу навчання. Вони повинні органічно вписуватися в заняття і поєднуватися з програмним матеріалом. Потрібно обов'язково пов'язати зміст медіаматеріалів, що планується використати, з подальшою роботою індивідуальною або в парах чи групах. Зміст цих матеріалів має працювати на методичну мету [34] .

До будь-якого матеріалу, який використовується на занятті, вихователь повинен підготувати питання, націлені як на сприйняття пропонованої інформації, так і на з'ясування того, чи діти її зрозуміли і засвоїли. Можливий також варіант, коли дітям пропонують самим сформулювати проблему, питання і самим же спробувати відшукати розв'язок або продовжити медіатекст.

Питанню про поняття медіатексту, його визначенню та відмінностям від інших видів текстів у вітчизняній та зарубіжній лінгвістиці присвячена величезна кількість досліджень, що говорить про багатогранність цього явища, а також про невичерпаність його проблематики. Теоретичними засадами вивчення поняття «медіатекст» та його характеристиками займалось багато лінгвістів, серед яких: А.А. Леонт'єв, Г.Я. Солганик, Т.М. Дридзе, М.Ю. Казак, Н.А. Кузьміна, Н.В. Чичеріна, С.І. Бернштейн, А. Белл, Т. ван Дейк, М. Монтгомері, Н. Фейерклаф, Р. Фаулер та інші.

В основі поняття медіатексту лежить поєднання медійних і вербальних одиниць. Дана властивість текстів масової інформації підкреслюється, зокрема, багатьма англійськими авторами, які розглядають медіатекст як сукупність вербальних і медійних ознак.

Для організація роботи з медіатекстом необхідно розглянути умови знайомства з медіаматеріалами (друкованими, аудіо, відео, фото) як з джерелом знань і як з джерелом, що викликає прояв почуттів, вражень, спостережень.

При цьому активізується вищий вид діяльності дітей — розумова та мовленнєва. Вихователю важливо пропонувати способи роботи, спрямовані на розв'язання проблеми. Фактологічні (короткі) питання, які припускають конкретну відповідь на знання певних фактів або специфіки, слід замінювати на ті, що стосуються тематичного або філософського змісту (відкриті чи уточнювальні запитання).

Як методичний прийом можна запропонувати і питання, що розглядають окремий бік досліджуваної теми. Для відповіді в цій ситуації потрібне усвідомлення, розуміння, інтерпретація, аналіз медіатексту. Але «найживішою» і найцікавішою для дітей стає робота, коли порушуються питання, що збуджують цікавість, змушують задуматися, коли можна пов'язати досліджувану проблему з дійсністю. Це можуть бути найрізноманітніші абстрактні, концептуальні, дослідницькі проблеми. Відповідь на подібні питання змушує міркувати на вищому рівні. Це і критичне мислення, і синтез, і дослідження тощо.

Такі методичні прийоми є частиною комунікативних технологій. Але вони не будуть ефективні без продуктивного результату, що створюється на завершальному етапі. Таким продуктивним результатом нашого дослідження є медіапроект.

Представлення дослідницьких і творчих робіт у яскравій формі у вигляді медіапроектів — слайд-фільмів, відеофільмів, анімації, комп'ютерних презентацій, вебсайтів — допомагає дітям самовиразитися. Застосування є методичним інструментом, за допомогою якого можна цікаво показати результати роботи. Використання сучасних медіатехнологій посилює як мовленнєву, так і пізнавальну активність дітей.

Комунікаційні технології, які активізують інтелектуальну діяльність, не можна розглядати без ціннісних складників. Необхідний комплексний розгляд медіатекстів, що розвиває інформаційну культуру дітей, створює умови обміркованої взаємодії дітей зі світом масмедіа і робить їх зрозумілими.

Водночас і педагог удосконалює свою майстерність — навчається пошуку нових підходів до аналізу, пояснення і коментування матеріалу, проведення бесіди тощо. Отже, використання медіатекстів розглядається з позицій виявлення їх інформаційно-освітніх можливостей.

Наприклад, освітні можливості звукозапису: уміння слухати і виокремлювати з пропонованого на занятті звукозапису необхідну мовну (або текстову) інформацію; уміння зіставляти мовну інформацію зі знаково-символьною системою, яка використовується на заняттях грамоти; художній звукозапис — джерело інформаційних умінь дітей при переказуванні, розвиток інформаційної культури дітей через звукозапис малих форм словесного фольклору на етапі навчання грамоти; уміння визначати за запропонованою музичною інформацією зміст досліджуваних тем і текстів на заняттях художньої літератури; словесне ілюстрування музичних записів; навчання озвучування екранних творів, добір музичного супроводу, що відповідає сюжетові (слайдів, мультфільмів).

Розвиток мовлення дітей передшкільного віку засобами медіаосвіти, за порадою Дегтярьової Т/, починається з розвитку сприйняття медіатекстів, «читання» їхньої мови, активізації уваги, зорової пам'яті, розвитку різних видів мислення, зокрема критичного.

О.Качура узагальнила такі способи навчальної діяльності з медіатекстом (Рисунок 3.1).

Способи навчальної діяльності з медіатекстом в освітньому процесі дітей передшкільного віку



Рис. 3.1

Отже, різні **види діяльності**, через які реалізується медіаосвіта, припускають роботу з удосконалення дітьми сприйняття, формування навичок обговорення й оцінювання різних медіатекстів, а також власних творчих робіт.

3.3. Опис методики організації розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку засобами медіапродукції

Показниками розвитку інтересу дітей до медіапродукції можна вважати:

- бажання використовувати медіапродукцію для задоволення різних інформаційних потреб у закладі дошкільної освіти та у сім'ї;
- увага та дії, спрямовані на краще пізнання об'єкта (медіазасобів, медіапродукції), розуміння його функціонального призначення, змісту тощо. Загальна кількість таких дій – передусім їхнє розмаїття й зміна одних типів іншими, паузи, під час яких дитина розмірковує про цей предмет, свідчать про інтенсивність інтересу;
- емоційне ставлення до медіапродукції та питання пізнавального характеру.

У процесі підготовки дошкільників до реалізації проєктних завдань можна виділити два напрями.

Перший - прямиий, – пов'язаний із включенням дитини в діяльність щодо використання медіапродукції за участю дорослого. У дошкільному дитинстві пізнавальний інтерес виникає й розвивається не сам собою, а лише за умови спілкування з близькими дорослими, які є прикладом для наслідування. Розвиток пізнавальної активності у дитини є обумовленим позицією дорослого.

Другий напрям – непрямий, що припускає створення умов для самостійного використання дитиною медіапродукції та відображенні отриманих вражень у різних видах діяльності. Цьому сприятиме організоване предметно-ігрове медіасередовище. У таких умовах вихованці можуть самостійно моделювати свою поведінку та діяльність, приймати рішення, діяти за внутрішнім переконанням, нести відповідальність за свої вчинки, набуваючи, таким чином, власного досвіду свідомого використання медіапродукції.

Для вихователів також за участю методиста був проведений методичний семінарів з теми «Основи культури використання медіапродукції».

Мета – ознайомити педагогів із основними медіаосвітніми поняттями та сучасними підходами до проблеми виховання основ культури використання медіапродукції, особливостями виховання грамотного медіаспоживача у старшому дошкільному віці.

У ході семінару обговорювалися питання сутності культури використання медіапродукції, її компонентного складу, мотиви використання медіапродукції і прикладні аспекти. На початку семінару проведена міні лекція «Медіапродукція в роботі вихователя».

Акцент робився на розуміння таких позицій: масмедіа сьогодні є важливим інститутом соціалізації дитини, виникає явище медіасоціалізації; сензитивність періоду дошкільного дитинства зумовлює сильний вплив

медіаобразів на дитячу свідомість; не доцільно обмежувати дітям доступ до медіапродукції, необхідно вчити їх культурно її використовувати.

Особливу увагу в роботі з педагогами було приділено ознайомленню з міжнародними і державними документами щодо медіаграмотності дітей, серед яких: Конвенція ООН про права дитини (1989 р.), Закон України «Про охорону дитинства», Закон України про «Захист прав неповнолітніх телеглядачів і радіослухачів», «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні», Базовий компонент дошкільної освіти України, пам'ятка для батьків «Діти, Інтернет, Мобільний зв'язок» та інші. Вони визначають виховання медіаграмотного, культурного споживача медіапродукції як актуальний напрям державної політики, що сприятиме становленню ефективної системи медіаосвіти в Україні з метою забезпечення загальної підготовки дітей до безпечної та ефективної взаємодії з сучасною медіасистемою.

Також методистом закладу був проведений майстер-клас на тему «Діти – активні медіаспоживачі», що сприяло підвищенню їх зацікавленості означеною проблемою. Педагоги мали змогу поділитися досвідом застосування сучасних методів ознайомлення дітей з правилами культурного використання медіапродукції (моделювання, елементи теорії розвитку винахідницьких завдань).

Зазначимо, що вихователі переважно націлені на виконання програмних завдань, закладених в освітній процес закладу дошкільної освіти, а проблему впливу медіапродукції на дітей дошкільного віку свідомо ігнорують, хоч і не заперечують, що масмедіа несуть у собі як негативну, так і позитивну інформацію. У ході роботи виникали окремі труднощі, які полягали в переорієнтуванні вихователів експериментальних груп на використання медіапродукції у практичній діяльності. Так, засвоєння дитиною інформації про масмедіа передбачало адаптацію змісту й форми подання повідомлення до рівня її сприйняття, що ускладнювало діяльність вихователя. Тому, було проведено серію тренінгових занять з вихователями,

де вони вчилися переробляти складну інформацію та адаптувати її до рівня сприймання й засвоєння дитиною.

Виконуючи вправу «Маятник», учасники, поділені на дві групи, по черзі озвучували аргументи «за» і «проти» формування медіаобізнаності дітей. Для засвоєння основних понять з медіа сфери (відповідно до програмових вимог) учасникам тренінгу пропонували виступити в ролі вихователя і дитини. Пара отримувала ситуацію, завданням якої було продемонструвати елементи бесіди про різну медіапродукцію.

У вправі «Каруселі» вихователі вчилися визначати переваги та недоліки використання медіапродукції у роботі з дітьми.

За допомогою прийому «Дерево ідей», ураховуючи особливості дітей старшого дошкільного віку, учасниками були сформульовані правила взаємодії вихованців з медіапродукцією.

Інтерактивна гра «Мікрофон» дала можливість обговорити вимоги до відбору медіапродукції для дітей.

Отже, проведена робота з вихователями сприяла позитивній мотивації застосування медіапродукції в освітньому процесі. Педагоги набули знань (медіаобізнаність) і вмінь (медіаграмотність).

Паралельно з роботою з педагогами здійснювалася співпраця з родинами вихованців. Цікавою формою роботи було проведення ділової гри на теми: «Медіапродукція в нашій родині». При цьому програвали декілька варіантів поведінки учасників ситуації, шляхом обговорення обирали оптимальний варіант дій для означеної проблеми. Ділова гра дозволила не тільки рефлексивно оцінити ту або іншу модель поведінки, але й надати цікавий матеріал про звички та частоту використання медіапродукції у родині.

Нами були запропоновані буклети, в яких відображені основні поради для батьків дітей передшкільного віку та приклади правил користування медіапродукції дітьми, які спрямовані на попередження її негативного

впливу на розвиток (фізичний, психологічний та соціальний) особистості(Додаток Є).

Резюмуючи роботу з батьками можемо констатувати, що комплексне використання цікавих методів та форм організації співпраці з ними сприяло формуванню у них уявлень про особливості розвитку креативного мовлення дітей засобом медіапродукції, виховання культурного споживача медіапродукції в умовах родини, розвитку вмій аналізувати власний досвід.

Про ефективність проведеної роботи свідчили: виникнення ініційованих батьками дискусій з піднятої проблеми, розповіді батьків про досвід сімейного медіавиховання.

Показниками ефективно організації роботи з педагогічними працівниками та батьками дітей стали: прагнення батьків до психолого-педагогічної просвіти з питань виховання основ культури використання медіапродукції у дітей, їх участь в різних формах роботи; бажання педагогічних працівників закладів дошкільної освіти вивчати передовий досвід щодо виховання у дітей означеної характеристики.

Реалізації освітньої роботи з дітьми передувала робота з удосконалення предметно-ігрового медіасередовища з метою збагачення досвіду дітей щодо використання медіапродукції. Нами було організовано: поповнення іграшкового масиву ігрової кімнати старшої групи сучасними іграшками, атрибутами та маркерами простору медіатематики; мультиклуб; збагачення куточків книги дитячими журналами, газетами та іншою друкованою медіапродукцією; створення фото- та фонотеки дитячої медіапродукції.

Нашим завданням було оснащення ігрових куточків різноманітними матеріалами. Для цього ми розділили ігрове середовище на зони для ігор: сюжетно-рольових, ігор-драматизацій та дидактичних. Сюжетно-рольові ігри є надійним посередником між світом дитини і зовнішнім світом. У своєму дослідженні враховували, що рольові ігри впливають на розвиток у дітей оцінних суджень з приводу сприйнятого медіаконтенту. Так, у процесі рольової гри розвиваються і збагачуються моральні почуття дітей, які

спонукають їх до оцінки поведінки героя, подій з позиції певних моральних уявлень.

Так, вихованцям була запропонована рольова гра «Телестудія», яка мала на меті розвиток у дітей самостійності суджень та оцінок телевізійних передач. Діти об'єднувалися в малі групи. Така організація мала ряд переваг, як-от: діти відчували себе комфортно, емоційно розкуто; могли висловити свою думку, навчалися формулювати свою точку зору, з'ясовували точки зору своїх партнерів та ін.

Обговорення медіапродукції проходило в два етапи: 1-й етап – обговорення в групах, де кожен «співробітник телеканалу» міг висловити свою думку про переглянуті телепередачі; 2-й етап – виступ від груп («директорів каналів»). Вихователь при цьому виступає у ролі учасника гри (директора Державної телерадіокомпанії) і керівника колективної діяльності.

Формуванню усвідомленого ставлення до вибору телепередач для перегляду сприяла рольова гра «Живе телебачення». Учасникам гри було запропоновано об'єднатися в чотири творчі групи, розподілити ролі і уявити себе в ролі ведучих передач. Кожна група повинна була придумати текст, який буде вимовляти, вибрати мультфільми, які покаже «глядачам» і пояснити свій вибір.

Зону сюжетно-рольових ігор збагатили іграми «Видавництво», «Радіокомпанія», «Зустрічі в телестудії» та ін. З цією метою використовувалися різні іграшки, ігрові атрибути з медіа тематики, зменшені предметні зразки медіа та технічних засобів (дитячий планшет, мобільний телефон, ноутбук тощо). Так, діти не тільки розширювали свої уявлення про творчі професії зі сфери ЗМІ, пробували себе в ролі сценариста, кореспондента, репортера, журналіста, редактора, актора, диктора, але й мали можливість розкрити свої здібності, розвивати особистісні якості.

У сюжетно-рольовій грі «Типографія» дошкільники ознайомилися з деякими поняттями друкованої медіапродукції (рубрика, малюнок-символ, кореспондент, редакція тощо), навчалися орієнтуватися в матеріалах дитячої

преси. До дітей у гості приходив листоноша і приносив цікаві газети та журнали. По ходу гри дошкільники ознайомилися з матеріалами, які розміщені на першій сторінці газети (журналу). Листоноша розповідав особливості створення дитячої преси: на першій сторінці розміщують все найважливіше, що відбулося за якийсь певний проміжок часу; малюнок-символ обов'язково відповідає тому матеріалу, який надрукований в газеті; певний шрифт і колір у газеті використовуються, щоб привернути увагу читача та ін. (Іць, с. 34).

Гра «Кіностудія» сприяла розвитку інтелекту, допитливості й комунікабельності. У процесі гри діти інсценували невеликі фрагменти з фільмів, телевізійних програм, рекламних роликів та ін. Між учасниками розподілялися ролі «режисерів», «операторів», «дизайнерів», «акторів», «гримерів», «ведучих», «учасників» тощо. Перед кожним гравцем в залежності від обраної ролі стояли конкретні завдання: «журналістські» (ведення «телепередач», «інтерв'ю», «репортажів з місця події»); «режисерські» (загальне керівництво процесом «зйомки», вибір «акторів» («телеведучих») та ін.; «звукооператорські» (використання шумів, музичного супроводу та ін.); «декоративно-художні» (виготовлення і використання декорацій, костюмів та ін.); «акторські» (виконання ролей у «відеофільмі», «телепередачі») та ін.

Продуктивними були дидактичні, сюжетно-рольові ігри, інсценування з використанням іграшкових улюблених медіаперсонажів: Фіксиків, Лунтика, Смішариків, фей Вінкс та ін. У таких іграх діти мають змогу опанувати соціальні взаємини, вчаться спілкуватися з іншими, брати на себе певну роль, узгоджувати свої потреби з потребами інших тощо.

Дидактична гра «Мій улюблений персонаж».

Мета: вчити дітей оцінювати себе, свою діяльність, ставлення до інших, переносити отриману зі ЗМІ інформацію у власну життєдіяльність.

Процедура виконання: Дітям дають інструкцію: «Пригадайте свої улюблені мультфільми, телевізійні фільми. Уявіть себе в ролі улюбленого

персонажу. Кого ви обрали? Як він виглядає? Чим нагадує вас самих? Чому ви хочете бути схожим на нього?» Дітям пропонується запам'ятати свої відчуття, поділитися з іншими дітьми; описати свого героя, чим він особливий, приємний, вихований, чуйний? Розповіді дітей ґрунтуються на конкретних фактах із життя та ЗМІ, що дали їм можливість показати своє емоційне ставлення до змісту отриманої інформації.

Для накопичення когнітивного, мовленнєвого досвіду використано такі дидактичні ігри, як: «Раз, два, три, що небезпечно відбери», «Що шкідливо, а що корисно для дітей», настільно-друковані ігри «З'єднай пари», «Зайва картинка», «Допоможи герою казки», які спрямовані на закріплення та систематизацію знань про правила культурного використання медіапродукції.

Використання медійних персонажів з притаманними їм рисами дозволило дітям вжитися в роль іншого, але при цьому побудувати новий сюжет, нову лінію поведінки і ставлень до героїв. Цікавою була гра «Стоп-кадр». Дітям демонструвалися стоп-кадри з популярних мультфільмів, а вони повинні були відтворити монологи чи діалоги від імені героїв. Тематика діалогів могла бути заданою вихователем або ж відтворення було максимально наближеним до оригіналу.

Одним із різновидів режисерських ігор є вербальні ігри, що являють собою «завершення історії». Наприклад, гра «Машина часу» спрямована на розвиток мови, фантазії і творчої уяви. Дітям пропонувалося уявити, що станеться, якщо їх улюблені герої з відомих кінофільмів, мультфільмів або серіалів потраплять в іншу історичну епоху чи іншу країну, місто.

Гра є обов'язковим елементом у формуванні навичок критичного сприймання та оцінки медіапродукції. З цією метою було запропоновано серію дидактичних ігор на тему «Телекомпанія». Так, діти засвоювали загальні уявлення про те, що таке телебачення як засіб масової інформації, які завдання воно вирішує в житті людей; про виразності мистецтва телебачення (операторська робота, репортажі, інтерв'ю, робота ведучого,

ігрові елементи телепередачі, текст та ін.) тощо. На підставі узагальнення отриманих знань дітям розповідали про жанри телевізійних передач. Вихованцям пояснювали, що важливим критерієм телевізійної медіапродукції є виправданість глядацьких очікувань. На нашу думку, набуті елементарні знання про телебачення стимулюватимуть дошкільників до оцінних суджень з приводу побаченого, стимулюють до розвитку креативного мовлення.

Як засіб розвитку креативного мовлення в організації мовленнєвої діяльності використовували мультіпродукцію.

Наведемо приклад

Перегляд мультфільму *«Троє з Простоквашино»*.

Мета: розвивати вміння дітей орієнтуватись у назвах емоцій, почуттів, специфіці їх прояву у телегероїв. Прищеплювати дітям усвідомлення цінностей іншої людини, медіагероїв.

Матеріал: проектор, запис мультфільму *«Троє з Простоквашино»*.

Процедура виконання: після перегляду мультфільму, експериментатор запитує у дітей: *«Хто найбільше з героїв сподобався?»*, *«Які риси герої ви вважаєте позитивними та негативними?»*, *«Що цінного для себе ви дізналися?»*.

Кожна дитина висловлює свою думку.

Наведемо приклад послідовності роботи з мультиплікаційним фільмом.

Спочатку дітям повідомлялася назва серії та ставилося питання: *«Як ви думаєте, про що розповідатиметься в цій серії?»*.

Після перегляду мультфільму педагог задає питання, що стосуються первинного сприйняття змісту: *«Чи сподобалася ця історія?»*, *«Хто з героїв мультфільму сподобався?»*, *«Як ви думаєте, чому ця серія саме так називається?»*, *«Хто з Фіксікі став головним героєм цієї історії? Чому ви так вважаєте?»*, *«Як ви думаєте, як часто в житті виникають подібні ситуації?»* тощо. Педагог пропонує дітям згадати, з чого почалася ця історія, що відбулося далі.

Наступним кроком є створення ситуації проблемного характеру, що включає дитину в близьку їй життєву ситуацію, у вирішенні якої вона приймає безпосередню участь.

Пропонувався ряд питань, як-от: «Яка виникла проблема?», «Хто є учасником подій?», «Чому виникли труднощі?», «Які почуття відчують герої?», «Чи було у вас таке в житті?», «Що ви відчували тоді?»; «Що може статися, якщо повторювати поведінку героїв у своєму житті?», «Що робити учасникам ситуації, щоб розв'язати проблему?», «Як би ти вчинив на місці героїв?».

До кожної історії з мультфільму пропонується творче завдання, яке допомагає дітям засвоювати матеріал на основі творчого і пізнавального досвіду. Результатами творчого завдання є об'єкти дитячої продуктивної діяльності: малюнки, вироби з різних матеріалів і в різній техніці, листи героям та ін.

Наведемо вправи мовленнєвого спрямування:

Вправа «*На кого б я перетворився в чарівній країні?*».

Мета: розвивати вміння визначати власні позитивні й негативні риси, чесноти та порівнювати їх із телевізійними персонажами. Складати портрет свого друга, учасників групи, телевізійного героя (заперечення або приписування ними рис свого характеру).

Процедура виконання: діти придумують, на кого кожен із них хотів би перетворитися, якби був чарівником. Найчастіше це буває телевізійний герой, успішна людина й навіть тварина. Відповідь «Ні на кого», «Хочу залишитися самим собою» свідчить про задоволеність собою, самосприйняття. Діти змальовують обраний персонаж й коротко описують.

Отже, організація наявність у закладі дошкільної освіти медіаосвітнього середовища представлено як сукупність предметних медіазасобів, медіапродукції, які задовольняли потреби актуального, найближчого і перспективного розвитку дитини-дошкільника, сприяє

пізнавальній діяльності, що забезпечує засвоєння нових знань, розвиває мовлення, сприяє формуванню розумових дій тощо.

Для розвитку креативного мовлення, кращого засвоєння правил культурного використання медіапродукції з дітьми передшкільного віку застосовувався прийом створення коротких рим. Це викликало позитивну емоційну реакцію, а ритм і динаміка куплетів сприяла їх кращому запам'ятовуванню.

Вправа «Добери риму»

- 1) Кажу тобі я знову й знову, не можна все споживати (самому).
- 2) Рекламу просто не «ковтай», а думай – потім (споживай).
- 3) Ти каналами не грайся, з пультом теж не ... (розважайся).
- 4) Коли купуєш ти журнал, то спочатку.. (пролистай).

Отже, цілеспрямована, систематична освітня діяльність, методичне забезпечення освітнього процесу дозволяє формувати медіакультуру дошкільника.

3.4 Розробка та впровадження медіапроєкту

Процес модернізації змісту дошкільної освіти спрямовується на розвиток дошкільника як активного, свідомого і компетентного суб'єкта життєдіяльності, виховання уміння жити у злагоді з довкіллям і згоді з собою, формування фізичної та психологічної готовності до навчання у школі. Тому проєктна діяльність дітей у закладі дошкільної освіти – вимога часу, спрямована на забезпечення адекватності освітнього процесу та його результатів до вимог суспільства. Проєктна діяльність є стимулюючим чинником у розвитку дошкільної освіти. Проєктна діяльність допомагає навчити дітей самостійно мислити, знаходити та розв'язувати проблеми, використовуючи знання з різних галузей, уміння прогнозувати результати та можливі наслідки різних варіантів розв'язку.

У роботі над кожним із видів навчальних проєктів присутній такий вид діяльності, як спілкування. Спілкування є необхідною умовою формування і розвитку суспільства й особистості. У процесі комунікації відображається, передається і засвоюється соціальний досвід [17]. Розвиток мовлення відбувається на кожному етапі проєктної діяльності: дошкільник отримує раціональну інформацію; формує способи розумової діяльності; наслідує і запозичує емоції та почуття інших; отримує досвід роботи у групі.

Мовленнєвими засобами регулюються відносини між суб'єктами проєктної діяльності на основі спільних цілей, формуються моральні засади особистості, розвиваються комунікативні вміння. Спілкування спонукає дитину до самопізнання, оскільки дає змогу в процесі взаємодії з іншою людиною оцінювати власні мотиви.

Використання її розвивального потенціалу в проєктній діяльності створює атмосферу активності, творчого пошуку, емоційності, невимушеності.

Структура навчального проєкту така:

- постановка проблеми;
- визначення мети;
- фаза розробки – складання плану;
- фаза реалізації;
- фаза завершення – оцінка результатів, визначення перспектив розвитку.

Для реалізації мети кваліфікаційного дослідження були впровадженні такі проєкти: індивідуальний та довгостроковий.

Провідною **проблемою** було визначено пошук шляхів розвитку та формування особистості дошкільника в активній освітній діяльності закладу дошкільної освіти.

Метою проєктної діяльності є розвиток креативного мовлення дітей передшкільного віку засобом медіаосвіти.

На етапі розробки був складений план проєкту, який включав такі **форми підготовчої** освітньої діяльності (урізноманітнення мотивів використання медіапродукції, підвищення інтересу до неї; актуалізація, уточнення й систематизація знань дітей про медіапродукцію, правила її культурного використання):

- Методичну підготовку вихователів до використання медіапродукції в розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку;
- Створення медіасередовища для реалізації проєкту;
- Організація медіаосвіти дошкільників; формування медіакультури;
- Залучення батьків до формування медіакультури дошкільників;
- Підготовка дидактичного матеріалу для створення медіапродукту.

Фаза реалізації (усвідомлене практичне оволодіння дітьми реальними діями та вчинками, що спрямовані на культурне використання медіапродукції):

- Складання медіатестів як засобу розвитку креативного мовлення дошкільників;
- Виготовлення медіапродукту в спільній діяльності з вихователем та батьками;

Фаза завершення:

- оцінка результатів, визначення перспектив розвитку.

З метою формування у дітей передшкільного віку креативного мовлення, а також системи знань про масмедіа і медіапродукцію, розуміння впливу корисних і шкідливих звичок на власне здоров'я та виховання прагнення дотримуватись правил культурного використання медіапродукції, було запропоновано виконання індивідуального **медіапроєкту «Скриня звичок»**.

Кожен вихованець отримував зображення корисних і шкідливих звичок використання медіапродукції. Вихователь пропонував дітям розглянути

малюнки та вибрати ті, які на їхню думку, є культурними (правильними). Вибрані малюнки діти клеювали рисунки у скриню. Після цього за допомогою кольорових олівців розмальовували лише ті картинки, які демонструють їхні власні звички. По завершенні проводилась бесіда, яка включала такі запитання: Які звички-рисунки ви обрали? Які зафарбували кольоровими олівцями, а які залишились не зафарбованими? тощо.

Цікавими для дітей був довготривалий проєкт медіаосвітньої тематики: «Іграшкова мрія» включав декілька етапів, що склалися з проблемно-ігрових ситуацій.

1 етап. Проблемно-ігрова ситуація «Створення рекламного ролика про користь іграшок».

Основна мета: збір матеріалу про іграшки з різних джерел. Для цього педагог разом із дітьми створював «Карта пошуку інформації»: пошук в Інтернет-ресурсах, енциклопедіях, книгах і журналах, збір листівок з зображенням іграшок, перегляд пізнавальних фільмів про них, читання казок, підбір віршів тощо.

2 етап. Гра-ситуація «Круглий стіл» включала в себе обговорення зібраного матеріалу, придумування форми і тексту рекламного ролика. Педагог обговорював з дітьми, яка інформація може з'явитися в рекламі, проходило обговорення припущень про те, люди яких професій беруть участь у створенні рекламного ролика, визначалися можливі рольові позиції для дітей: «фотокореспонденти», «художники-оформлювачі», «репортери» та ін.

3 етап. Проблемно-ігрова ситуація «Створюємо рекламний ролик». Діти були розподілені по групах, і педагог обговорював з кожною групою зміст майбутньої роботи. Активну участь в створення ролика брали батьки.

4 етап. Проблемно-ігрова ситуація «Улюблені іграшки», передбачала наступні види роботи: оформлення виставки; виготовлення колажу «Дитяче щастя в іграшках», книги-саморобки про них; оформлення сторінки книжки малюнками дітей по слідах прочитаних казок, підготовка

відеотеки про іграшки, складання інтелект-карти «Іграшка» тощо(Додаток Г).

Ігри показали, що у процесі взаємодії з однолітками та дорослими щодо використання інформації отриманої з медіапродукції, значно підвищується інтерес дошкільників до культурного використання медіапродукції, продовжується активний процес розвитку мовлення. Це, у свою чергу, впливає на емоційно-мотиваційну сферу, сприяє формуванню усвідомленості у виборі медіапродукції.

Нами був розроблений також короткостроковий проєкт «Розвиток креативного мовлення дітей передшкільного віку засобом медіапроєкту». https://youtu.be/JMZ_rSh6

Відтак, можемо зробити висновок про те, що розвиток у дітей передшкільного віку креативного мовлення засобом медіапродукції, активне включення дітей в процес медіадіяльності вимагає удосконалення теоретикометодичної підготовки вихователів закладів дошкільної освіти; педагогізації батьків з питань основ культури використання медіапродукції; створення предметно-ігрового медіасередовища з метою збагачення досвіду дітей щодо використання медіапродукції; збагачення змісту освітнього процесу, орієнтованого на розвиток мовлення дітей передшкільного віку.

Висновки до третього розділу

Медіаосвіта є сучасним напрямом розвитку дошкільної дидактики. Та має на меті підготувати особистість до життя в інформаційно насиченому суспільстві, тобто навчити бути компетентним у медіапросторі, використовуючи медіапродукцію з користю для себе.

Дошкільна медіаосвіта інтегрована в різні освітні напрями Базового компонента дошкільної освіти, опирається на ключові поняття медіаосвіти, та пов'язаних із процесом створення медіапродуктів (діафільм, відео, коротке кіно, мультфільм, рекламний відеоролик тощо), їх видами та жанровими

особливостями, структурою, ідеями, та ґрунтується на концентричному вивченні медіаматеріалу.

Вона створює умови для всебічного розвитку дітей дошкільного віку. Нами було проаналізовано види медіапродукції в дитячій субкультурі. Вказано, що окреме місце займають медіатексти, надана їх характеристика. Також акцентована увага на формах активізації пізнавального, мовленнєвого розвитку дошкільників засобом медіаосвіти, яка базується на реалізації різноманітних творчих завдань, спрямованих на розвиток вмінь аналізувати, «декодувати» медіатексти.

У межах дошкільної медіаосвіти поєднуються акценти на творче сприймання медіа і розвиток здатності створювати власну медіапродукцію (мінікнижка, відеокнига, журнал, газета, відеоролик рекламної тематиці, реклама у вигляді плакату, афіша, телерепортаж, медіарепрезентація, діафільм з озвучуванням і таке інше). Створення власного медіапродукту з метою його подальшого використання (навчальний діафільм, відеокнига, газета або журнал) сприяє формуванню у дітей дошкільного віку продуктивної мотивації медіаосвітнього процесу.

Заслуговує уваги наданий аналіз анкетування педагогів, щодо їх знань про медіаосвіту, представлена методична робота з вихователями по підготовці до впровадження медіаосвіти та культури медіапродукції для розвитку мовлення дітей передшкільного віку.

Як підсумок дослідження був представлений план підготовки та реалізації медіапроекту та наведені медіапроекти з розвитку креативності, творчої мовленнєвої діяльності.

Отже, мета та завдання кваліфікаційної роботи реалізовані.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі запропоновано новий підхід до вирішення актуальної проблеми розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку засобом залучення їх до виготовлення медіапродукту. Ефективність описаної діяльності була перевірена через включення дітей в медіапроект. Медіапроект був організований в двох формах: індивідуальний та довгостроковий. Узагальнення результатів проведеного дослідження дає підстави сформулювати такі висновки:

1. На основі аналізу психолого-педагогічних джерел з'ясовано стан досліджуваної проблеми, актуалізовано поняття, які становлять поняттєво-категоріальний апарат дослідження; уточнено сутність понять «медіаосвіта», «медіапродукт», «медіакультура», «розвиток креативного мовлення дітей передшкільного віку».

Медіаосвіта частина загальної освіти, яка спрямована на формування медіакультури особистості

Медіакультура є способом освоєння дійсності за допомогою засобів масової комунікації і становить сукупність матеріальних та духовних цінностей, культурних значень та текстів, способів їх виробництва, зберігання та передачі у сучасній соціокультурній реальності.

Медіапродукцією вважаємо конкретні види медіаповідомлень разом із носієм, що публікуються або транслюються за допомогою засобів масової інформації і адресовані цільовій аудиторії. Відзначимо, що культура використання не є вродженою якістю особистості, а формується в процесі життєдіяльності

Під креативним мовленням розуміємо як набуту властивість особистості, її здатність до створення оригінальних мовних текстів

(розповідей, віршів, казок, сюжетів тощо), на підставі набутого досвіду; передача в мовленні власних творчих задумів засобами художнього слова (експресивна лексика, переносні значення слів, синоніми, фразеологізми, прислів'я, приказки тощо); здатність до імпровізації у процесі креативномовленнєвої діяльності.

Розвиток креативного мовлення – спеціально організований систематичний процес реалізації дитиною в мовленні творчих задумів.

2. Встановлено, що передшкільний вік є найбільш сприятливим для виховання досліджуваної характеристики особистості завдяки таким психологічним особливостям: поступовому переходу від синкретизму думок, почуттів до диференційного сприймання дійсності; образності мислення; емпатії; високому рівню розумової активності; інтенсивному розвитку мовленнєвої діяльності, творчості та креативності тощо.

3. Розроблені та практично впроваджені форми організації методичної та освітньої діяльності за метою дослідження:

- методична робота з педагогами-вихователями;
- педагогізація батьків з питань розвитку мовлення через залучення дітей виховання до медіаосвіти та використання медіапродукції;
- збагачення змісту освітнього процесу, орієнтоване на розвиток у дітей креативного мовлення засобом медіапродукції.

Отже, розвиток у дітей передшкільного віку креативного мовлення засобом медіапродукції (медіапроєкту) є складною і багатоаспектною проблемою, тому проведене дослідження не забезпечує вичерпного її розв'язання. Подальшого вивчення потребують питання організації медіаосвіти в інших вікових групах закладів дошкільної освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абетка візуальної грамотності / Баликін І., Волошенюк О., Чорний О., Федченко О. / за редакцією Волошенюк О., Іванова В., Євтушенко Р. Київ: АУП, ЦВП, 2019. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/Abetka_vizualnoy_gramotnosti_2019.pdf.
2. Абетка української анімації: дерево майстрів / Ірина Сахалтуєва. Оксана Волошенюк. URL: <http://medialiteracy.org.ua/wp-content/uploads/2020/06/Istoriya-ukrayinskoji-animatsiyi.pdf>.
3. Артемова О. Розвиток креативного мовлення молодших школярів: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. пед. наук: спец: 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. Одеса, 2001. 20 с.
4. Богуш А. Проблема мовної особистості педагога в педагогічній науці. *Наука і освіта*. 1, 2004. С.77–79. 222
5. Бабанский Ю. К. Проблемы повышения эффективности педагогических исследований. М. : Педагогика, 1982. 192 с.
6. Бабій І. Комунікативно-діяльнісний підхід до вивчення рідної мови у професійно-технічних навчальних закладах. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://lib.iitta.gov.ua/6510/1/%D0%9A%D0%94.doc.pdf>
7. Базовий компонент дошкільної освіти / наук. кер. А. М. Богуш. К.: Видавництво. 2012. 26 с.
8. Байда М. Підготовка майбутніх учителів філологічних спеціальностей до реалізації технологій кооперативного навчання у професійній діяльності: дис. на здобуття наук. ступ. канд. пед. наук: спец. 13.00.04, Житомир, 2016. 237 с.
9. Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз; за ред. В. Іванова, О. Волошенюк. — Київ. : ЦВП, АУП, 2017. — 79 с. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/Posib_dla_batkiv_2017.pdf.
10. Бех І. Д. Особистісно-зорієнтований підхід: науково-практичні засади: Виховання особистості: навчально-методичний посібник. Кн. 2. К. : Либідь, 2003. 344с.

11. Большой толковый психологический словарь в 2-х томах. / Сост. Артур Ребер. Том 2. М.: «Вече°Аст», 2000. 560 с
12. Бондар В. І. Дидактика: ефективні технології навчання студентів. К.: Вересень, 1996. 129с.
13. Ващенко Г. Загальні методи навчання: підручник для педагогів. Київ, українська видавнича спілка, 1997. 353 с.
14. Гавриш Н. В. Розвиток мовленнєвотворчої діяльності в дошкільному дитинстві. Монографія. Донецьк, 2001. 218 с.
15. Галкина Т. В. Тест Медника как метод диагностики креативности и его русскоязычный вариант. Психологический анализ учебной деятельности. М. 1991. С. 187-193
16. Гмизіна Н. А. Словник психолого-педагогічних термінів і понять (на допомогу працівникам навчальних закладів міста. Нова Каховка: ММК, 2014. 268 с.
17. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник. К. : Либідь, 1997. 376 с.
18. Джерело педагогічних інновацій. Упровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес навчальних закладів : Науково-методичний журнал. — Випуск № 1(13). / автор-укладач: Дегтярьова Г. А. ; гол. ред. Покроєва Л. Д. — Харків : Харківська академія неперервної освіти, 2016. — 216 с.
19. Дитина: Освітня програма для дітей від двох до семи років. 4-е видання, доопр. та доп. / наук. кер. проекту Огнев'юк В. О., авт. колектив: Беленька Г., Богініч О., Богланець-Білокаленко Н. та ін. К.: «Університет ім. Б.Грінченка», 2016. 304 с.
20. Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі : посібник для батьків / І. В. Литовченко, С. Д. Максименко, С. І. Болтівець, М.-Л. А. Чєпа, Н. М. Бугайова. — Київ. : ТОВ Видавничий Будинок «Аванпост-Прим», 2010. — 48 с. URL: http://rvo-kolomak.ucoz.ua/Informatizazija/kijiv_star.pdf.
21. Діяльнісний підхід. Електронний ресурс: Режим доступу: <https://vseosvita.ua/library/komunikativno-dialnisnij-pidhid-u-navcanni-anglijskij-movi-u-pocatkovij-skoli-14979.html>

22. Дошкільна лінгводидактика: Підручник / А. М. Богущ, Н. В. Гавриш. За ред. А. М. Богущ. К.: Вища шк. 2010. 234
23. Заїка Є. В., Зимовін О. І. Рефлексивність особистості як предмет психологічного пізнання. Психологія і суспільство. 2014. № 2. С. 90-97.
24. Зарубіжні концепції креативності (Дж. Гільфорд, Є. П. Торранс та ін.). Електронний ресурс. Режим доступу <https://helpiks.org/1-17966.html>
25. Ильин Е. П. Психология индивидуальных различий. СПб. : Питер, 2011. 701 с.
26. Критерій Колмогорова-Смирнова. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://statpsy.ru/basic/spss-kolmogorov/>
27. Использование элементов ТРИЗ в обучении дошкольников и младших школьников. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://rus.triz-guide.com/assets/files/trizminsk/235001.htm#01>
28. Комплексна програма розвитку, навчання та виховання дітей дошкільного віку «Соняшник» / Л. Калуська. Тернопіль: Мандрівець, 2014. 144 с.
29. Комунікативно мовленнєвий супровід становлення україномовної особистості майбутніх фахівців дошкільної освіти півдня України / заг. редакція А.М. Богущ / А.М. Богущ, О.С. Трифонова, О.І. Кисельова. Одеса: ТОВ Лерадрук, 2013. 249 с.
30. Критерій. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B9>
31. Леонтьев А. А. Что такое деятельностный подход в образовании?. Начальная школа: плюс-минус. 2001. № 1. С. 3–6.
32. Матюшкин А. М. Одаренные и талантливые дети. Вопросы психологии. 2002. №4. С.
33. Медіадошкільник : парціальна програма з медіаосвітньої діяльності для дітей старшого дошкільного віку (6-й рік життя) / Г. А. Дегтярьова, О. С. Тарасова, А. П. Фоменко; за заг. ред. О. В. Волошенюк, Г. А. Дегтярьової, В. Ф. Іванова. — Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 118 с. URL: https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2019/09/Mediashkolnik_2019.pdf.

(гриф МОНУ, лист Державної наукової установи «Інститут модернізації змісту освіти» № 22.1/12-Г-436 від 21 червня 2019 року).

34. Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі: посібник для вчителя / Бакка Т., Голощапова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелещенко Т., Шкребець О. / за редакцією Волошенюк О., Дегтярьової Г., Іванова В. Київ : ЦВП, АУП, 2017. 196 с. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/2017_Pochatkova_school.pdf

35. 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., Шкребець О. О., Янкович О. І. / за редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. — Київ : ЦВП, АУП, 2018. 234 с. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/Pochatkova_school_2018.pdf.

36. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навчальний посібник / О. Т. Баришполець, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко, О. Є. Голубева, В. В. Різун та ін.; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. — Київ : Міленіум, 2009. 440 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/0B0VbC0WIJ54oZWVWb2ZZakg2MDA/view?pref=2&pli=1>

37. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різун. 2-ге вид., стер. Київ : Центр вільної преси, 2013. — 352 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/mo2.pdf>.

38. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник для студентів педагогічних коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різун. Київ. : Центр вільної преси, 2014. 431 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/mo3.pdf>.

39. Медіасвіт для дошкільнят : парціальна програма для дітей старшого дошкільного віку / Василюк С. М., Алексейчик О. В., Проценко О. В., Абаляєва Л. Ю., Чашка Т. М., Стеніна Л. В., Шелкова С. В.; за заг. ред. О. В. Волошенюк, Г. А. Дегтярьової, В. Ф. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 98 с. URL: https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2019/09/Mediasvit_dlya_doshkilnyat_2019.pdf. (гриф МОНУ, лист

Державної наукової установи «Інститут модернізації змісту освіти» № 22.1/12-Г-434 від 21 червня 2019 року).

40. Новий тлумачний словник української мови у трьох томах 200 000 слів у 3-х т. / Уклад. В. Яременко, О. Сліпущко. Київ : Видав-во «Аконіт», 2006. Т. 3. 862 с.

41. Оберіг. Програма розвитку дітей від пренатального періоду до трьох років / Наук. кер. А. М. Богущ. Тернопіль: Мандрівець, 2014. 160 с

42. Освітня програма «Впевнений старт» для дітей старшого дошкільного віку. Програма розвитку дітей старшого дошкільного віку /наук. кер. Б. Жебровський. 2012. 104 с.

43. Пальчевський С. С. Педагогіка: навчальний посібник К.: Каравела, 2007. 576 с.

44. Педагогічний словник / За заг. ред. Дійсного члена АПН України М. Д. Ярмаченка. Київ, Педагогічна думка. 2001. 453 с.

45. Подолянчук О. Розвиток креативного мовлення учнів початкових класів. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://intkonf.org/podolyanchuk-ov-rozvitok-kreativnogo-movlennyauchniv-pochatkovih-klasiv/>

46. Піроженко Т., Карасьова К.. Особистісний розвиток дітей у творчих іграх. Дошкільне виховання. 2012. № 9. С. 28–31.

47. Познер Д. Посібник рефлексивної практики. 1985. 2000 с.

48. Поніманська Т. І. Дошкільна педагогіка : навч.посіб. для студ. вищих навч. Закладів. К. : «Академ-видав», 2006. 456 с.

49. Приходько Ю. О., Юрченко В. І. Психологічний словник-довідник: навч. посіб. Київ, 2012. 328 с.

50. Програма розвитку дитини дошкільного віку «українське дошкілля» О. Білан; за заг. ред. О. В. Низьковської. Тернопіль: Мандрівець. 2017. 225 с

51. Програма художньо-естетичного розвитку дітей раннього та дошкільного віку «Радість творчості» / М. Борщ, Д. Самойлик. Тернопіль: Мандрівець, 2013. 72 с

52. Психологічна енциклопедія / автор-упор. О. М. Степанов. К.: Академвидав, 2006. 424 с.

53. Рогачко-Островська М. С. Активізація позитивної настанови майбутніх вихователів на розвиток креативного мовлення дітей передшкільного віку. Актуальні проблеми філології і професійної підготовки фахівців у полікультурному просторі: м-ли V міжнародній наук.-практ. конф. (Одеса,). Одеса, 2019. С. 78-79.
54. Рогачко-Островська М. С. Критеріальний підхід до підготовки майбутніх вихователів до розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку. Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум імені Т. Г. Шевченка». Педагогічні науки. Чернігів, 2019. Вип. № 1 (157). С. 166–172.
55. Рогачко-Островська М. С. Модель підготовки майбутніх вихователів ЗДО до розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Педагогічні науки. Миколаїв, 2018. № 4 (63). С. 114–119.
56. Рогачко-Островська М. С. Підготовка майбутніх вихователів до розвитку креативного мовлення дітей передшкільного віку. Наукова спадщина академіка Івана Зязюна у вимірах сучасності та майбутнього: м-ли III міжнар. наук.-практ. конф. (м. Чернігів, 11-12 квітня, 2019 р.).
57. Розвиток креативних здібностей у дітей дошкільного віку / упор. Молодушкіна І. В. Х.: Основа, 2011. 204с.
58. Словник психолого-педагогічних термінів і понять (на допомогу працівнику сільської школи) / Укл. Ю. В. Буган, В. І. Уруський. – Тернопіль : ТОКІППО, 2001. 179 с.
59. Словник української мови. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.rozum.org.ua/index.php?a=term&d=18&t=27800>.
60. Словотворення. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://pravila-ukr-mova.com.ua/index/0-7>.
61. Словотворчість. Твірні основи при словотворенні. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zno.academia.in.ua/mod/book/tool/print/index.php?id=1367>
62. Ткаченко Л. Креативність і творчість : сучасний контент. Освіта і розвиток обдарованої особистості, 2014.С 9–10 (28–29), 32–35.

63. Технології розвитку критичного мислення учнів / А. Кроуфорд, В. Саул, С. Метьюз, Д. Макінстер; наук. ред., передм. О. І. Пометун. Київ : Вид-во «Плеяди», 2006. 220 с. URL: <http://osvita.ua/doc/files/news/487/48780/KritichneView.pdf>.
64. Семеняко, Ю. Б. (2016b). Культура медіаспоживання в сім'ї: сучасний стан дослідження проблеми. Молодь і ринок: наук.-пед. журнал, 11-12 (142143), 142-147. Дрогобич.
65. Семеняко, Ю. Б. (2017a). Вивчення обізнаності вихователів з проблеми виховання культури споживання медіапродукції. Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В. Сухомлинського. Педагогічні науки: збірник наукових праць, 2 (57), 412-418. Миколаїв: МНУ імені В. О. Сухомлинського.
66. Семеняко, Ю. Б. (2017b). Емпіричне дослідження виховання культури споживання медіапродукції у дітей старшого дошкільного віку в сім'ї. Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти: зб. наук. пр. : наук. зап. Рівнен. держ. гуманіт. у-ту. 17 (60), 316-320. Рівне: РДГУ.
67. Семеняко, Ю. Б. (2017c). Стан роботи з виховання культури споживання медіапродукції у дітей старшого дошкільного віку у практиці роботи ДНЗ. Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Педагогіка і психологія: зб. наук. Праць, 50, 39-44. Вінниця: ТОВ «Нілан ЛТД».
68. Семеняко, Ю. Б. (2018). Вікові особливості сприймання дітьми дошкільного віку медіапродукції. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки: зб. наук. праць, 3, 114-120. Бердянськ: БДПУ.
69. Формування медіаграмотності педагогів: Навчально-методичний посібник / Алфьорова З. І., Дегтярьова Г. А., Казакова Т. В., Носенко В. В., Нурєєва Т. К., Покроєва Л. Д., Старкова Г. В.; за заг. редакцією Л. Д. Покроєвої, Г. А. Дегтярьової]. Харків : Харківська академія неперервної освіти, 2014. — 252 с. (Гриф МОНУ, лист № 1/11–17899 від 11.11.2014 р.).

70. Шейбе, С., Рогоу, Ф. Медіаграмотність [Електронний ресурс] : Підручник для вчителя / пПерекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. — 319 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Методичні рекомендації педагогам – вихователям, щодо використання медіа в освітньому процесі.

1. ***Перетин медіаосвітніх і методичних цілей.*** Повинна бути чітко визначена мета введення масмедіа в заняття, як і будь-якого іншого засобу навчання. Вони повинні органічно вписуватися в заняття і поєднуватися з програмним матеріалом. Потрібно обов'язково пов'язати зміст медіаматеріалів, що планується використати, з подальшою роботою індивідуальною або в парах чи групах. Зміст цих матеріалів має працювати на методичну мету.
2. ***Орієнтація на сприйняття медіатексту.*** До будь-якого матеріалу, який використовується на занятті, вихователь повинен підготувати питання, націлені як на сприйняття пропонованої інформації, так і на з'ясування того, чи діти її зрозуміли і засвоїли. Можливий також варіант, коли дітям пропонують самим сформулювати проблему, питання і самим же спробувати відшукати розв'язок або продовжити медіатекст.
3. ***Організація роботи з медіатекстом.*** Необхідно розглянути умови знайомства з медіаматеріалами (друкованими, аудіо, відео, фото) як з джерелом знань і як з джерелом, що викликає прояв почуттів, вражень, спостережень. При цьому активізується вищий вид діяльності дітей — розумова. Тому педагогові важливо пропонувати способи роботи, спрямовані на розв'язання проблеми. Фактологічні (короткі) питання, які припускають конкретну відповідь на знання певних фактів або специфіки, слід замінювати на ті, що стосуються тематичного або філософського змісту (відкриті чи уточнювальні запитання). Але можна запропонувати і питання, що розглядають окремий бік досліджуваної теми. Для відповіді в цій ситуації потрібне усвідомлення, розуміння, інтерпретація, аналіз медіатексту. Але «найживішою» і найцікавішою для дітей стає робота, коли порушуються питання, що збуджують цікавість, змушують задуматися, коли можна

пов'язати досліджувану проблему з дійсністю. Дуже часто на ці питання не можна дати однозначної відповіді або знайти її в книжці. Це можуть бути найрізноманітніші абстрактні, концептуальні, дослідницькі проблеми. Відповідь на подібні питання змушує міркувати на вищому рівні. Це і критичне мислення, і синтез, і дослідження тощо.

Таку роботу можна об'єднати і назвати комунікативними технологіями. Але вони не будуть ефективні без продуктивного результату, що створюється на завершальному етапі. А представлення дослідницьких і творчих робіт у яскравій формі у вигляді медіапроектів — слайд-фільмів, відеофільмів, анімації, комп'ютерних презентацій, вебсайтів — допомагає дітям самовиразитися. Застосування медіатехнологій не самоціль, це лише інструмент, за допомогою якого можна цікаво показати результати роботи. Але водночас саме використання сучасних медіатехнологій часом посилює зацікавленість дітей. Ось чому дослідна, проектна або творча робота стала тепер така популярна.

Комунікаційні технології, які активізують інтелектуальну діяльність, не можна розглядати без ціннісних складників. Необхідний комплексний розгляд медіатекстів, що розвиває інформаційну культуру дітей, створює умови обміркованої взаємодії дітей зі світом масмедіа і робить їх зрозумілими.

Водночас і педагог удосконалює свою майстерність — навчається пошуку нових підходів до аналізу, пояснення і коментування матеріалу, проведення бесіди тощо. Отже, використання медіатекстів розглядається з позицій виявлення їх інформаційно-освітніх можливостей. Наприклад, освітні можливості звукозапису: уміння слухати і виокремлювати з пропонованого на занятті звукозапису необхідну мовну (або текстову) інформацію; уміння зіставляти мовну інформацію зі знаково-символьною системою, яка використовується на заняттях грамоти; художній звукозапис — джерело інформаційних умінь дітей при переказуванні, розвиток інформаційної культури дітей через звукозапис малих форм словесного фольклору на етапі навчання грамоти; уміння визначати за запропонованою

музичною інформацією зміст досліджуваних тем і текстів на заняттях художньої літератури; словесне ілюстрування музичних записів; навчання озвучування екранних творів, добір музичного супроводу, що відповідає сюжетові (слайдів, мультфільмів).

4. **Освітні функції медіатекстів**, як і інших засобів навчання, можуть бути різними — наочно-ілюстративними, пізнавальними, контрольними тощо. Тому медіатексти можуть бути використані на різних етапах освітнього процесу. Дуже корисно використовувати медіатексти на етапі узагальнення навчального матеріалу для вдумливої роботи, яка найчастіше виконується самостійно. У такому разі фіксуються основні моменти навчальної теми. Особливе місце в системі творчих робіт учнів посідають матеріали масмедіа. Досвід показує, що вони можуть стати організаційним центром самостійної та колективної роботи. Це можуть бути такі проєкти, як створення коміксів, фото- та відеорепортажів тощо.

5. **Системність роботи**. Робота з кожним видом інформації, отриманої з масмедіа, повинна проводитися систематично, при цьому мають враховуватися вікові особливості дітей, рівень їхньої підготовленості і коло інтересів.

Один з основних **методичних підходів** до впровадження медіаосвіти в закладах освіти, зокрема в закладі дошкільної освіти (ЗДО), — **інтегрований**, який забезпечується обов'язковим поєднанням двох складників:

- 1) використання медіа (засобів, текстів — у широкому розумінні як зразків медіапродукції, зокрема екранної, аудіовізуальної),
- 2) медіаосвітньої мети, завдань і рефлексії (висновки, підсумки, результати, щодо їхньої взаємодії дітей з медіа).

Додаток Б**Шановні вихователі! Будемо вдячні за
відповіді на наші запитання**

П.І.Б., місце роботи _____

1. Як Ви розумієте поняття «вихованість у дітей старшого дошкільного віку основ культури використання медіапродукції»?

2. З якою медіапродукцією, на Вашу думку, можна ознайомлювати дітей старшого дошкільного віку?

3. Як часто в освітньому процесі Ви приділяєте увагу роботі з виховання основ культури використання медіапродукції?

4. Чи потрібно, на Вашу думку, ознайомлювати дітей із засобами масової інформації, медіапродукцією в закладах дошкільної освіти?

5. Яких знань Вам недостатньо для здійснення означеного напрямку освітньої роботи?

6. На реалізацію яких завдань має бути спрямована робота з виховання основ культури використання медіапродукції у дітей?

7. Які методи та прийоми роботи Ви застосовуєте для виховання основ культури використання медіапродукції у дітей старшого дошкільного віку?

8. Які ознаки характеризують Вас як культурного споживача медіапродукції?

Дякуємо за Ваші відповіді!

Додаток В

Дидактичні прийоми активізації мовлення дітей засобом складання медіатекстів

1. Медіаосвітня гра «Фотографія зі вікном»
2. Вправа «Читання за візуальними зображеннями та їх порівняння»
3. Творче завдання «Що за чим»
4. Вправа «Казка»
5. Гра «Коректувальник»
6. Гра «Рада садочка»
7. Вправа «Віриш чи ні?»
8. Вправа «Можна — неможна»

Ми — медійники

1. Гра «Медійна агенція: добери те, що потрібно для роботи»
2. Бесіда «Для кого випускається газета у садочку»
3. Бесіда «Світ журналу»
4. Вправа «Лист до редакції»
5. Вправа «Знайди потрібний заголовок»
6. Гра «Склади свій комікс»
7. Вправа «Створюємо діафільм»
8. Гра «Створюємо фільм»
9. Кросворд «Телебачення»
10. Гра «Телеканал новин»
11. Вправа «Моя перша реклама»
12. Гра «Сам собі режисер»
13. Знімаємо соціальну рекламу
14. Вправа «Я знаю свою Україну»

За матеріалами посібника: Медіаграмотність та критичне мислення в закладі дошкільної освіти: навчальний посібник / ред.-упор. О. В. Волошенюк; В. Ф. Іванов. Київ. : АУП, ЦВП, 2020.- 79 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/mo3.pdf>.

1. Вправа-комікс «Звідки ми отримуємо інформацію»

Вправу-комікс можна використати для того, щоб з'ясувати звідки ми отримуємо інформацію, яким джерелам інформації ми можемо довіряти, чи потрібно перевіряти інформацію; розвивати критичне мислення.

Напочатку запитуємо у дітей, звідки вони черпають інформацію. Після відповідей, які вони нададуть, зазначаємо, що фактично всі предмети навколишнього світу є джерелами інформації. ► Звідки ви дізнаєтесь, як вам одягатися на вулицю?

Пропонуємо подивитись презентацію коміксу, створену у PowerPoint. Під час перегляду вихователь/ка озвучує репліки героїв.



Що таке інформація

Орієнтовні запитання для бесіди:

- ▶ Хто є учасниками цього коміксу?
- ▶ Дайте дівчатам імена.
- ▶ Звідки дівчинка в червоній сукні дізналася, що сьогодні дощитиме?
- ▶ Як відреагувала її подружка на цю інформацію?
- ▶ Що переконало подружку все ж таки взяти парасольку та взути гумові чобітки?

Що ще, крім телевізора, стало джерелом інформації?

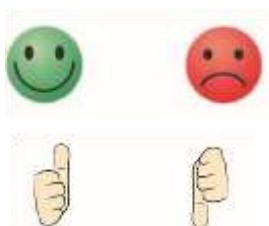
Підсумовуємо, що людина отримує інформацію з навколишнього світу, а джерелом інформації можуть бути предмети живої та неживої природи, природні явища, люди, книги, телебачення тощо, як у нашій історії — телевизор і дощ, який дівчата побачили на власні очі.

2. Вправа «Віриш чи ні?»

Вправа «*Віриш чи ні?*» формує навички розрізнення істинної та хибної інформації. Час: 15–30 хв.

Готуємо на кожного гравця:

- по два смайлики-фішки з умовними позначками: з усмішкою — зображення достовірні, правдиві; сумний — зображення хибні, помилкові:



Або — умовні позначки жестів:

- картинки (ілюстрації до казок, професії, дитячі розваги, спорт тощо), картинки-плутанинки.

Усі учасники об'єднуються у команди (за особистим бажанням, за допомогою лічилки чи в будь-який інший спосіб, запропонований ведучим або гравцями), сідають за столи напроти один одного. Кожна команда отримує набір різноманітних картинок.

Ведучий/ча (вихователь/ка або дитина) пропонує командам обрати 3–4 картинки, не демонструючи суперникам, розглянути їх і придумати одне хибне та одне достовірне висловлювання за обома. Обидва висловлювання озвучуються для команди-суперниці. Потім обрані картинки перемішуються на столі. Команда-суперниця повинна визначити й продемонструвати картинку, за якою придумана хибна (достовірна) інформація. Гравці підтверджують чи заперечують прийняте рішення. Команда, яка вгадала завдання, отримує усміхнений смайлик за кожне правильне визначення. Команда, яка помилилась, отримує сумний смайлик. Наприкінці гри кількість отриманих смайликів підраховується. Команда, яка отримала більше усміхнених смайликів, стає переможницею. Гра повторюється 4–5 разів.

Як ускладнення ігрової вправи ведучий/ча може запропонувати командам визначити помилки на слух або намалювати правильну картинку за хибним висловом чи навпаки.

1 . Медіаосвітня гра «Фотографія зі вікном»

Медіаосвітня гра, орієнтована в першу чергу на розвиток спостережливості, пам'яті, мовлення та фантазії дітей.

Пропонуємо дітям за командою подивитися у вікно кілька секунд, після чого вони повинні розповісти, що побачили. При цьому побачену за вікном картину потрібно прагнути описати словами якомога точніше, якби фотографуючи.

Інший варіант — вихователь/ка пропонує дітям розглянути фотографії:



Орієнтовні запитання для бесіди:

1. Чи сподобались вам фотографії?
2. Що на них зображено?
3. Чи любите ви котів?
4. Які емоції викликає побачене?
5. Чи допомагають кольори передати настрій світлини?
6. У яку пору року відбуваються події?
7. Чому ви так вважаєте?
8. У якій місцевості відбуваються події?
9. Що про це свідчить?
10. Хто, на вашу думку, є головними героями цих світлин?
11. Як ви гадаєте, чи мріють коти?
12. Придумайте розповідь «Про що думає/ють кіт / коти».

Вихователь/ка пропонує дітям намалювати / зліпити / зробити орігамі чи аплікацію кота, про якого вони склади розповідь.

3. Творче завдання «Що за чим»

Творче завдання має на меті розвинути вміння інтерпретувати смисловий зміст медіатексту. Для виконання цього завдання можна використовувати ілюстрації, намальовані дітьми до казки / оповідання або фільму / мультфільму. Виконуючи завдання, вихованцям / вихованкам потрібно розташувати картинки в певній послідовності (відповідно до перебігу подій у тексті)

Як приклад розглянемо це завдання на матеріалі роботи з текстом української народної казки «Яйце-райце».

Після обговорення змісту казки, пропонуємо дітям зробити малюнки до неї. Після завершення роботи над ілюстраціями, створюється така ігрова ситуація: *«Чоловік, повернувшись додому з Яйцем-райцем, хотів розповісти дружині про те, як йому вдалося отримати яйце, які пригоди сталися, поки він не повернувся додому. Але раптом налетів вітер, переплутав всі картинки. Розкладіть їх, будь ласка, у порядку розгортання подій. Перекажіть епізоди, до яких ви не створили малюнки».*



Виконуючи це завдання, діти відновлюють перебіг подій і, од-ночасно з цим, переказуючи казку, згадують моменти, що най-більш запам'яталися.



▶ Продовженням творчого завдання **«Що за чим»**

— може стати мовленнєво-творча гра **«Нова казка»**⁴, коли вихователь/ка пропонує дітям змінити відомий медіатекст (казку, мультфільм), додавши до нього:

нового героя чи героїв; нову подію.

4 Чашка Тетяна. Формування медіаторчості у дітей середнього дошкільного віку шляхом залучення їх до медіадіяльності / Тетяна Чашка / Збірник статей Восьмої міжнародної науково-методичної конференції «Критичне мислення в епоху токсичного контенту». — Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2020. — С. 74–83.

4. Вправа «Казка»

Учити дітей уважно слухати текст, знаходити помилки і виправляти їх; розвивати увагу, кмітливість, критичне і логічне мислення; виховувати інтерес до казок допоможе ця вправа.

Вихователь/ка читає уривки із знайомих казок, при цьому навмисно робить помилки в тексті, а діти повинні їх виправити і сказати назву казки.

► Бігла мишка, хвостиком зачепила **колобок** (яєчко), він впав і покотився. Діти, яка це казка? («Курочка ряба»).

Якось **лисичка** (півник) підмітала двір і знайшла колосок. Яка це казка? («Колосок»).

► Стала кішка Мурка кликати на допомогу **їжачка** (мишку). Ходи, **їжачку** (мишко), не лежи, ріпку витягни допоможи. Діти, яка це казка? («Ріпка»).

► Стоїть у полі теремок. Бігла **білочка-норушка** (мишка) і питає: «Хто, хто в теремочку живе?». Яка це казка? («Теремок»).

► Подарувала бабуся дівчинці **синій капелюшок**, і стали всі її звати **Синім капелюшком**. (Червоним капелюшком). Яка це казка? («Червоний капелюшок»).

Коли діти виправляють помилку в сюжеті казки, вихователь/ка просить одну дитину вибрати з карток, що лежать на столі, тільки ті, що відповідають правильному сюжету, і викласти їх у потрібній послідовності, а картку з помилковим сюжетом у казці відкласти в бік. Інші вихованці/ки стежать, щоб дитина, яка виконує завдання, у правильній послідовності виставила на дошці або виклала на столі картки за сюжетом казки, та в разі потреби надають їй допомогу.

5. Гра «Коректувальник»

Розвинути увагу, пам'ять, мовлення, творчість, пригадати відомі казки, проявити творчі здібності при відтворенні казок або варіацій на їх тему дозволить дітям ця гра.

Вихователь/ка повідомляє, що в редакції готується новий випуск книги казок, але перед тим, як почати друкувати книгу, матеріали необхідно відкоригувати, цим займається коректувальник. Педагог розкладає перед дітьми відформатовані у графічному редакторі Paint картинки-ілюстрації до казок / форматовані картинки-ілюстрації і пропонує дітям такі завдання:

- викласти картинки в порядку
- розгортання подій; домалювати відсутніх
- персонажів; ввести нових персонажів;
- розфарбувати ілюстрації;
- змінити характер персонажів (наприклад, лисиця не хитра, а добра, чуйна); придумати нові текстові повідомлення, виходячи із зображеного в кадрі /
- заповнити разом із
- вихователем/лькою «мовні хмарки»;

визначити пропущені кадри; обов'язково

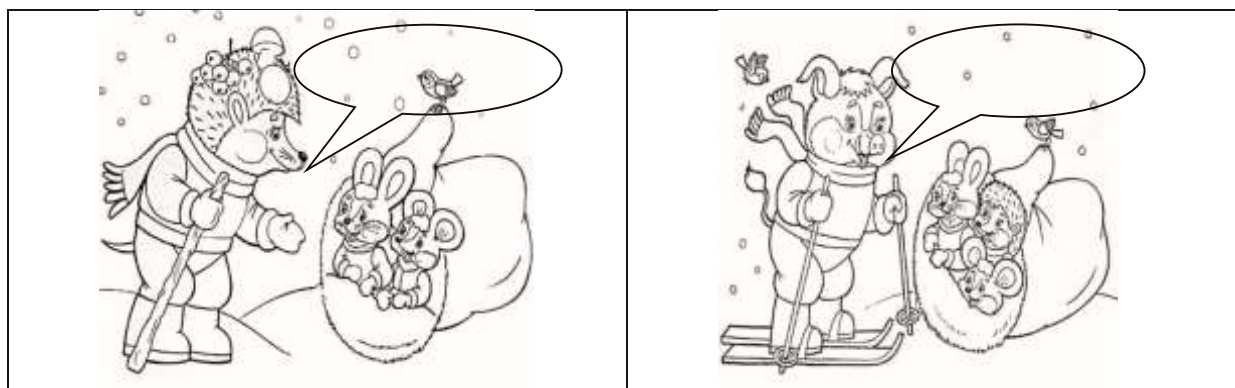
пояснити, обґрунтувати своє рішення.

Діти використовують олівці чи фломастери. Усі виготовлені казки наклеюються на основу (цупкий папір). Склавши та виготовивши казку, діти розповідають її за

ілюстраціями. Оцінюється творчий підхід, оригінальність, нешаблонність, якість, зрозумілість казок за особливостями зображення.

P.S. У разі утруднення допомогу надавати дитині слід тільки на початковому етапі. В іншому випадку до цього можна заохочувати інших дітей, надати можливість дитині виявити свої знання, самостійно впоратись із завданням.

Завдання «Заповни «мовну хмарку»

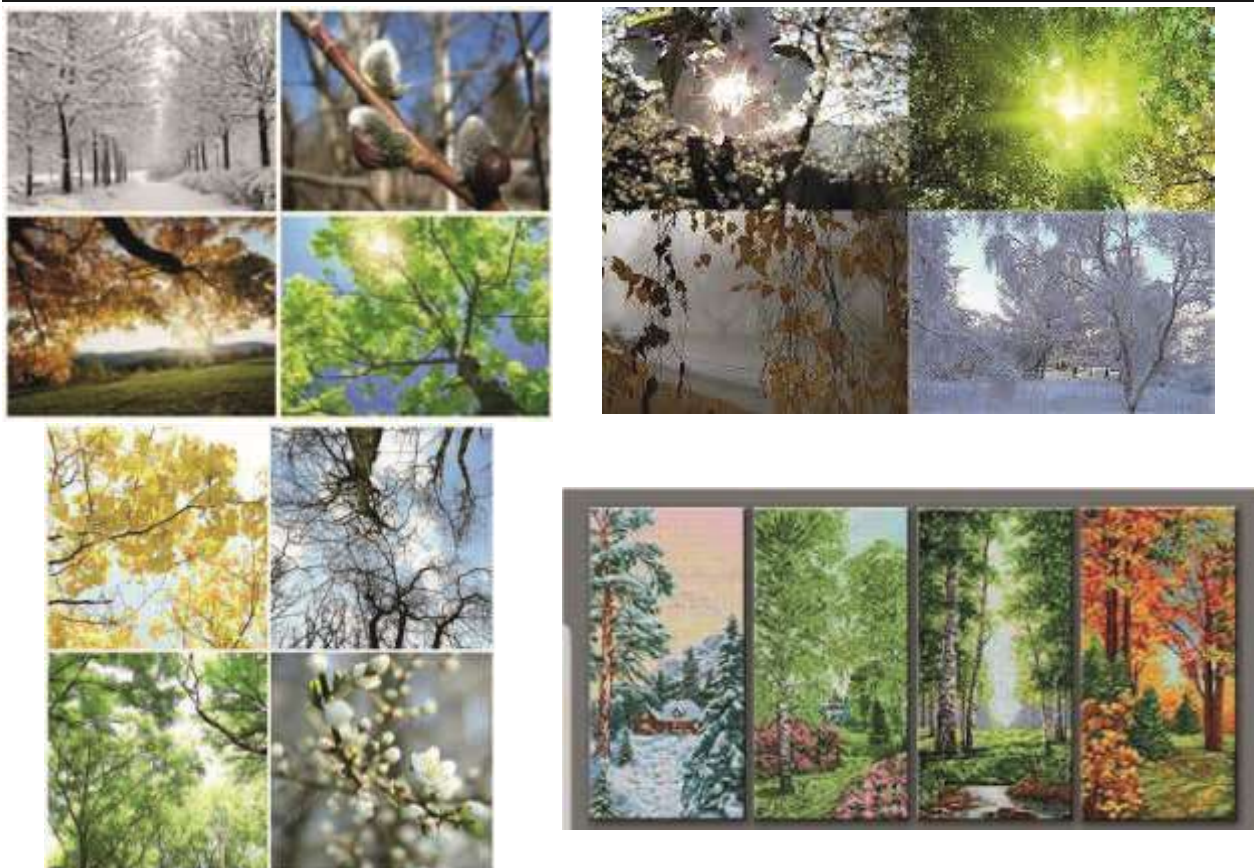


Картинки-розмальовки можна знайти — <http://deti.e-papa.com.ua/rozmalovky>)

Тема «Пори року»

Під час вивчення теми «**Пори року**» можемо закріпити знання дітей про різні пори року, їх ознаки, продовжуючи вчити їх працювати з картинками, фотографіями; розвивати увагу, мислення, пам'ять; виховувати спостережливість.

Пропонуємо згадати, які пори року знають діти. Звертаємо їхню увагу на те, що один фотограф цілий рік робив фотографії природи, але вони вийшли дуже дивні. Діти отримують фотографії, кожна з яких розділена на 4 частини (кожна частина — це окрема пора року), та розглядають їх. частини (кожна частина – це окрема пора року), та розглядають їх.



Орієнтовні запитання для бесіди:

1. Що зображено на фото?

Розріжемо ці фотографії, аби відокремити кожен пору року та розмістимо її частину на дошці відповідно до пір року, для позначення яких ми використаємо умовні позначки:

- ▶ осінь — осінній
- ▶ листочок зима —
- ▶ сніжинка весна —

пролісок

Діти розрізають своє фото і виставляють частини на дошці. Після того, як всі діти викладуть частини фотографії, на дошці утворюється три картини-колажі до кожної пори року.

Вихователь/ка пропонує розглянути збірні картини та назвати ознаки пір року.

8. Гра «Нумо підгляньмо!»

Формувати у дітей уміння «читати» різноманітні медіатексти дозволяє ця гра, спрямована на пошук та збір інформації, розвиток уваги, критичного мислення, фантазії, креативності. Доречно використовувати під час вивчення пір року, місцевості (місто чи село).

Пропонуємо дітям попрацювати детективами та «підглянути» за подіями, що зображені на картинках, перекритих картинками-замковими шпаринками, при цьому акцентуємо увагу на тому, що в цілому підглядати погано, але іноді це необхідно.

Діти роздивляються «перекриту» картинку і знаходять картинку-оригінал.

Вихователь/ка може використовувати одну (на початковому етапі) чи декілька картинок однієї тематики або протилежні за змістом для порівняння. Кількість питань і завдань педагог визначає, виходячи із поставлених цілей.

Варіант 1. Вихователь/ка пропонує дітям різні завдання:

- ▶ Зазирнувши у шпаринку / вікно / кадр фільму (мультфільму), розкажіть про те, що ви побачили?

1. У яку пору року відбуваються події?
2. Чому ви так вважаєте?
3. У якій місцевості відбуваються події?
4. Що про це свідчить?
5. Які емоції викликає побачене?



6. Чи можемо ми встановити повний перебіг подій, зазирнувши через замкову шпаринку або вікно? Який отвір дає найбільш повну інформацію?
7. Чому важко встановити повний перебіг подій, коли дивишся через замкову шпарину?
8. Відшукайте картинку, яка відповідає побаченому через замкову шпаринку / вікно.
9. Що зображено на картинці? Чи збіглися ваші припущення з тим, що ви побачили на ній?
10. Коли легше відшукати картинку, коли дивишся на неї через замкову шпаринку або вікно? Чому?
11. Придумайте, що може відбуватись далі, а що було до зображених подій.

Гра повторюється 3–5 разів за бажанням дітей.

Варіант 2. Усі учасники об'єднуються в команди (за особистим бажанням, за допомогою лічилки чи у будь-який інший спосіб, запропонований вихователем / виховательською або гравцями), сідають за столи напроти один одного. Кожна команда отримує набір різноманітних картинок.

Вихователь/ка або дитина пропонує командам обрати 2–3 картинки, розглянути їх, не демонструючи суперникам, й, перекриваючи відповідним отвором, придумати завдання для суперників:

- ▶ відшукати оригінал;
- ▶ намалювати повну картину;
- ▶ розповісти історію про те, що зображено;
- ▶ визначити картину і художника (якщо використовується
- ▶ репродукція); визначити персонажів; визначити місце

подій (у місті, селі, у лісі, полі і т. ін.) тощо.

Команда, яка виконала завдання найповніше, отримує усміхнений смайлик за кожне правильне визначення. Команда, яка помилилась, отримує сумний смайлик. Наприкінці гри кількість отриманих смайликів підраховується. Команда, яка отримала більше усміхнених смайликів, стає переможницею. Гра повторюється 4–5 раз.

Радимо:

- ▶ використовувати гру на заняттях із різних розділів програми. Наприклад, при знайомстві із сезонними змінами у природі дітям пропонують розглянути відповідний пейзаж через отвір, пересуваючи його по картинці, і таким чином «зібрати» всі ознаки;
- ▶ картинку можна перекривати повністю або пересувати отвори в різні її частини;
- ▶ використовувати для роботи слайд-фільм, створений у Microsoft PowerPoint з анімаційними ефектами, враховуючи поставлені цілі.

9. Вправа «Я піклуюся про рідних»



Учити дітей складати речення, розповіді з власного життя, використовуючи фотографії дітей у родинному колі, що відображають різні події, закріплювати знання про родинно-побутові стосунки, розширювати знання про фотографію, учить створювати фотоколажі; розвивати уяву, мислення, зв'язне мовлення, творчість; бажання створити медіапродукт допоможе вправа «**Я піклуюся про рідних**».

- ▶
- ▶ Нагадуємо дітям, що вони вже знають, як багато працює мама, та запитуємо:

Щоб матуся не стомлювалась, хто їй може допомогти?

Коли в родині всі допомагають одне одному, як можна назвати таку родину? (Дружньою).

Вихователь/ка звертає увагу на те, що сьогодні діти принесли до садочка свої улюблені фотографії в колі сім'ї. Пропонує показати фотокартку своєї родини і розповісти, як вони піклуються про матусю та всіх рідних, як допомагають їм.

Вихователь/ка радить скористатися підказкою — фразою, яку треба продовжити:

- ▶ Я піклуюся про рідних, коли... ходжу за хлібом до магазину.
- ▶ Я піклуюся про рідних, коли... допомагаю готувати вечерю і т. ін.

Після розповіді вихователь/ка просить приклеїти фото на великий аркуш ватмана.

Коли всі діти закінчать розповідь, звертаємо увагу, що в них вийшов дуже цікавий фотоколаж, та пропонуємо дітям придумати до нього назву. Потім пропонуємо взяти його і зробити колективне фото вихованців/ок з ним у руках або на тлі створеного фотоколажу, прокоментувати, що під час фотографування обрано загальний план: якщо діти тримають перед собою колаж — це передній план, а самі діти утворюють задній план; якщо ж стоять перед дошкою — це передній план, колаж за їхніми спинами на дошці — це задній план.

Після цього фотоколаж виставляється в роздягальні, де його можуть бачити батьки.

11. Вправа «Моє місто / селище»

Закріплювати знання дітей про рідне місто / селище, його визначні місця, учити концентрувати увагу на конкретному об'єкті; розвивати увагу, творчість, зв'язне мовлення можемо завдяки цій вправі.

Вихователь/ка звертає увагу дітей, що у групі з'явилась чудова панорамна картина із зображенням рідного краю, його пам'яток, визначних місць, і запитує:

- ▶ Чи впізнали ви, що зображено на цій картині?
- ▶ Яка назва нашого міста / селища?

Далі пропонує вихованцям/кам перетворитися на маленьких фотографів, сфотографувати улюблене місце в нашому рідному краю та розповісти про нього.

Діти по черзі підходять до картини зі своїм паперовим фотоапаратом, прикладають фотоапарат до зображення так, щоб у його об'єктиві з'явилась частина картини, про яку дитина хоче розповісти. Вихованці/ки складають розповіді про улюблені місця в селищі / місті. Вихователь/ка стежить, щоб діти не повторювали попередні розповіді.

12. Вправа-гра «Репортаж з вулиць нашого міста / селища»

Логічним продовженням попередньої вправи є моделююча вправа-гра «*Репортаж з вулиць нашого міста / селища*», яка спрямована на закріплення знань дітей про рідне місто / селище, вчить розповідати про його пам'ятки, живописні місця,

формує вміння уважно слухати до кінця розповідь своїх однокласників; розвиває мислення, зв'язне мовлення, увагу.

На екрані висвічується фотографія рідного міста/селища (пам'ятки, пейзаж, будівлі і т. ін.). Вихователь/ка пропонує дітям стати журналістами і провести репортаж з вулиць нашого міста / селища. Дитині дають мікрофон, і вона повинна розказати про те місце, яке зображене на фотографії.

Наприклад:

«Доброго дня, шановні глядачі. Я, Іринка, веду свій репортаж з місця подій біля школи. Сьогодні в учнів свято, вони вперше прийшли до школи після літніх канікул».

Коли дитина закінчує свій репортаж, на екрані з'являється наступна фотографія, і виходить інша дитина. Гра продовжується.

Вихователь/ка може сам/а відзняти відеорепортаж або запропонувати вихованцям/кам ще раз переглянути відзняті репортажі, а потім проаналізувати мовлення, міміку, жести, позу «журналіста», а також роботу «оператора» (ракурс, план).

P.S. Потім дітям можна запропонувати зробити власні малюнки до фотографій.

Ми — медійники

1. Гра «Медійна агенція: добери те, що потрібно для роботи»



Систематизувати знання дітей про знаряддя праці та трудові дії людей, чия професія пов'язана з медіа; збагатити словник дитини професійною термінологією: оператор, диктор, звукооператор, режисер, рекламодавець, кореспондент, — дозволяє гра **«Медійна агенція: добери те, що потрібно для роботи»**.

Повідомляємо гравцям, що сьогодні вони будуть відкривати медійну агенцію і їм потрібно дібрати обладнання й матеріали для роботи різних фахівців, чия діяльність пов'язана з медіа.

Діти об'єднуються в команди. Кожна команда отримує набір карток із зображенням предметів, необхідних для роботи людини певної професії. Ведучий називає професію, а діти повинні дібрати до неї всю атрибутику. Перемагає команда, яка зробить це швидше за всіх.

Як варіант можна запропонувати дітям атрибути, а гравці визначають професію, або запропонувати дітям зобразити необхідну атрибутику чи придумати самостійно знаряддя праці та медійні професії.

2. Бесіда «Для кого випускається газета у садочку»

Бесіда дозволяє з'ясувати, що в кожній газеті є своя цільова аудиторія.

Вихователь/ка звертається до дітей:

1. Діти, нагадайте мені, звідки ми дізнаємося новини. (З телебачення, газети, радіо, Інтернету).
2. Так, а де можна дізнатися про новини нашого дитячого садочка? (З газети).
3. Нагадайте, як називається наша газета? («Дружня сімейка»).
4. Про що можна в ній дізнатися? (Відповіді дітей). Молодці, у нашій газеті можна дізнатися про останні події в садочку, свята, які пройшли. А ще переглянути фотографії, корисні поради, цікаві розповіді.
5. Як ви гадаєте, кому цікаво буде читати нашу газету? (Відповіді дітей).
6. Правильно, цікаво вашим батькам, рідним. Адже коли вони на роботі і не можуть прийти на свято чи заняття, вони подивляться фотографії зі свята, прочитають, у які ігри можна з вами пограти вдома. Погляньте ось на цю сторінку, вона цікава і вам, бо тут є цікаві ігри, схеми, як зробити якусь поробку вдома своїми руками, наприклад, подарунок для мами.



7. Подумайте, а чи буде цікаво іншим людям, які нічого не знають про наш садочок? (Відповіді дітей).
8. Тож для кого випускається газета нашого садочка?

4. Вправа «Лист до редакції»

Вправа дозволить закріпити знання дітей щодо професійних обов'язків членів редакції, навчить їх висловлювати свої враження від екскурсії до редакції, добирати потрібні слова подяки; розвивати увагу, зв'язне мовлення, уяву, пам'ять; виховувати повагу до думки інших.

Вправа має сенс, якщо є змога відвідати редакцію місцевої газети.

Розглядаємо фотографії з екскурсії до редакції газети.

Орієнтовні запитання для бесіди:

1. Які найяскравіші враження залишились?
2. Що сподобалось найбільше?
3. З якими професіями ми ознайомились?
4. Як ми можемо віддячити працівникам редакції?

Після цього вихователь/ка пропонує дітям намалювати свої спогади про екскурсію і надіслати їх до редакції. Коли діти створять малюнки, вихователь/ка просить тих дітей, які мають бажання, розповісти про свій малюнок і закінчити свою розповідь словами подяки.

Після цього малюнки вкладають у конверти та з допомогою вихователя/льки відправляють до редакції.

5. Вправа «Знайди потрібний заголовок»

Закріпити знання дітей про добір матеріалу до газет, журналів, учити виокремлювати головне в сюжеті; розвивати мислення, мовлення можемо завдяки цій вправі.

Пропонуємо дітям пригадати, з чого складаються журнали, газети: обкладинка, статті, фотографії. Після цього запитуємо в дітей про те, з чого ми дізнаємося, про що буде стаття? (З назви).

Далі пропонуємо дітям уявити себе справжніми журналістами і, скориставшись зображенням (сюжетом) на фотографії, придумати назву своєї майбутньої статті.

Діти беруть зі стола фотографію із зображенням якоїсь події (святковий концерт, вистава в цирку, шкільний урок тощо), яка лежить зворотом догори, самостійно добирають назву до статті, а потім пояснюють свій вибір.

6. Гра «Склади свій комікс»

Розвинути мовлення, творчість, виявити творчі здібності при створенні коміксів дітям дозволить гра «Склади свій комікс».

Вихователь/ка повідомляє, що в редакції збираються видати книгу коміксів. Пропонує дітям придумати сюжет коміксу із запропонованих картинок, які вихователь/ка може дібрати серед матеріалів журналу «Джміль», відформатувати в графічному редакторі Paint, у порядку розгортання подій (вправа «Склади за порядком»). Крім того, можна попросити:

- ▶ домалювати відсутніх
- ▶ персонажів; ввести нових
- ▶ персонажів; розфарбувати
- ▶ ілюстрації;
- ▶ придумати текстові повідомлення, виходячи із зображеного на картинці, та заповнити разом із вихователем/лькою «мовні хмарки»;

визначити пропущені кадри; обов'язково пояснити, обґрунтовувати своє рішення.

По завершенні роботи над коміксами, діти розповідають складену казку.

Як і у вправі «Коректувальник» оцінюється творчий підхід, оригінальність, нешаблонність, якість, зрозумілість коміксів за особливостями зображення.

Можна також запропонувати дітям намалювати самостійно або разом з батьками власні комікси різної тематики.



Зразки коміксів, виконаних дітьми разом із дорослими.

7. Вправа «Створюємо діафільм»

Дидактична вправа спрямована на формування у дітей здатності займатися медіаторчістю, умінь застосовувати навички роботи з аудіовізуальною технікою, розвиток мовлення, творчих здібностей і вміння презентувати власні напрацювання.

Освітні лінії: «Дитина в соціумі», «Дитина у світі культури», «Мовлення дитини».

Вихователь/ка пропонує створити казку-діафільм, наприклад, про яйце, яке писанкою стало, і запитує:

- ▶ Що треба спочатку зробити для створення казки-діафільму? (Обрати акторів, оператора, режисера).
- ▶ Як називаються люди, які грають когось? (Актори).
- ▶ Людина, яка веде зйомку на камеру? (Оператор).
- ▶ Хто записує звук? (Звукооператор).

Далі вихователь/ка пропонує визначитися з тим, хто буде якого героя грати (діти одягають шапочку відповідного героя), пояснює, що решта дітей — оператори (кожна дитина по черзі буде робити фотозйомку певної сценки для кадру).

Вихователь пояснює, які операції буде робити саме він (записувати розмову героїв — писати звук до казки, тобто буде звукооператором). Потім показує, яку техніку (технічні пристрої) буде використано під час роботи над створенням діафільму). Для цього використовується вправа «**Назви, що це?**»:

- ▶ Як називається фон, на якому знімають героїв? (Декорації).
- ▶ Які бувають герої в мультфільмі або діафільмі? (Ляльки або іграшки, намальовані на папері й вирізані фігурки, люди, зліплені з пластиліну,
- ▶ виготовлені з природних матеріалів).

Згадаємо, з чого починається наша казочка. Хто перший із героїв має з'явитися у кадрі? Відбувається драматизація казки дітьми. Кожен герой казки (дитина в масці) виставляє на фоні декорації намальовану фігурку й озвучує її репліки, а діти-оператори роблять фотозйомку цього кадру-сценки за змістом казки.

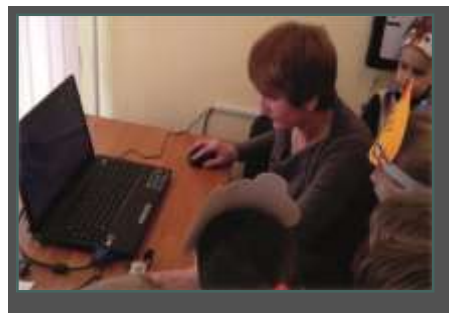
Вихователь/ка після фотозйомки кадрів пропонує дітям підійти до монтажного столу, стати навколо нього / неї, здійснює і демонструє процес монтажу кадрів діафільму в програмі Power Point, паралельно пояснюючи, як це робити. Після цього пропонує придумати назву казки і пояснити, чому тварини малювали на писанці символи сонця, землі та води.

- ▶ Далі відбувається перегляд діафільму з озвучуванням.
- ▶ На завершення — рефлексія за запитаннями:
- ▶ Чи сподобалась вам казка?

Чи сподобалось вам працювати на кіностудії?

Що саме вам сподобалось / не сподобалось робити?





8. Гра «Створюємо фільм»

Творчо-пошукова гра у цікавій формі дозволить ознайомити дітей із кіноіндустрією, а також виховувати комунікативні якості дітей; розвивати монологічне мовлення, інтонаційну виразність мовлення, творчу фантазію, критичне мислення.

Діти об'єднуються за інтересами в мікрогрупи. Кожна група «створює» власну кіностудію.

Діти (кіностудія) обирають сюжетні картинки і дають назву майбутньому фільму, озвучують його. Дітям пропонується самостійно розподілити ролі: художники, сценаристи, звукооператори, режисери тощо.

Сценаристи складають сценарій. Художники «малюють» кадри (обирають відповідні картинки). Звукооператори складають текст до фільму і вирішують, як вони будуть розповідати зміст фільму студії.

Роль режисера виконує вихователь/ка, координуючи дії всіх. На підготовку дається 20 хвилин.

Обговорення фільмів та їх оцінка проходить за участі групи «кінокритиків чи журналістів», до якої можуть входити спеціально запрошені дорослі (батьки). Кращий фільм отримує премію.

P.S. На початковому етапі можна використовувати картки зі схематичним зображенням щодо послідовності дій усіх учасників. Учасники за необхідності можуть домальовувати власні сюжетні лінії.

9. Кросворд «Телебачення»

Кросворд дозволить продовжити вчити дітей відгадувати загадки, за допомогою підказок-картинок кросворду робити висновок про правильність відгадки; розвивати увагу, мислення, кмітливість.

Вихователь/ка на дошці виставляє картки відгадки, які повернуті до дошки картинками. На тильній стороні карток позначення у вигляді цифр. Педагог називає номер загадки та читає її, діти називають відповідь. Та дитина, яка першою назвала відгадку, підходить до дошки і відкриває картинку під потрібним номером, що дозволяє їй перевірити, чи правильно вона відгадала загадку.

1. Чудо-ящик — ньому вікно,
У тому вікні — кіно

(Телевізор)

2. У театрі грає ролі:

Нині — вчителя у школі, Завтра
буде інша роль – То бідняк він, то
король.

(Актор)

3. Все цікаве і важливе Він опише
дуже вміло.

(Журналіст)

Про новини з усіх міст
Пише знову...

(Журналіст)

4. Майстри монтажу – Майстри кадру, я скажу, – Із
касетах Створять відеосюжет.

(Режисери)



11. Вправа «Моя перша реклама»

Робота дитини над створенням власної реклами під час виконання вправи шляхом

13. Вправа «Знімаємо соціальну рекламу»

Вправа передбачає створення соціальної реклами, дозволяє закласти у дітей дошкільного віку підвалини для подальшого формування у них громадянської компетентності.

Вихователь/ка проводить невеличку дискусію за запитаннями:

- ▶ Хто забруднює річки, ліси, парки, вулиці?
- ▶ Як ви гадаєте, люди постійно прибирають сміття звідусіль чи ні?
- ▶ Якби люди цього не робили зовсім, що було б?
- ▶ То допомагають люди сміттю потрапити у смітник чи ні?
- ▶ Чим це загрожує нам, людям?
- ▶ Як донести цю думку до інших? (Придумати рекламу, зняти ролик).

Потім пропонує придумати речення, які б закликали людей допомагати природі: вчасно прибирати за собою і вдома, і на природі (наприклад, Бережіть природу! Прибирайте сміття! Любіть чистоту!), та уявити себе режисером,

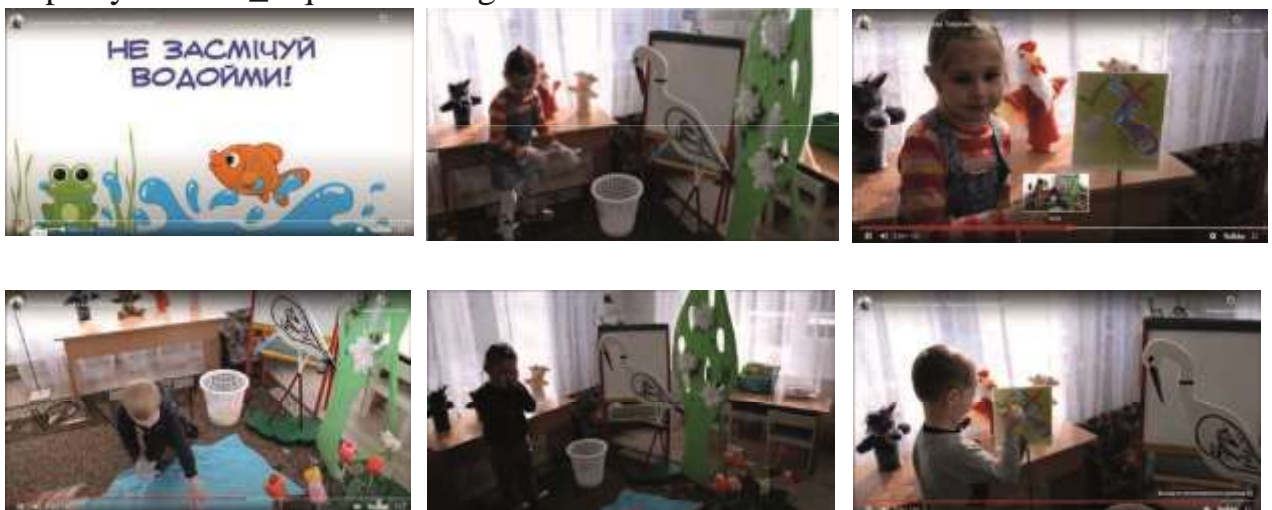
якому треба зняти відеоролик, у якому був би заклик до людей не засмічувати водойми. Після вихователь/ка питає:

- ▶ Як такий ролик називають?
- ▶ Як би ви це робили?
- ▶ Який реквізит вам
- ▶ потрібен? Яку музику

варто дібрати?

Після обговорення діти разом із вихователем/лькою вибирають необхідний реквізит, обирають акторів, виставляють камеру чи мобільний телефон і знімають соціальну рекламу-пантоміму, потім добирають відповідний музичний супровід.

P.S. Зі зразком соціальної реклами «Не засмічуй водойми!», виконаної вихованцями старшої групи Комунального закладу «Дошкільний навчальний заклад (ясла-садок) № 407 Харківської міської ради» під керівництвом виховательки Фролової С.В., можна ознайомитися за посиланням: https://youtu.be/_GqhKKYnH9g.



14. Вправа «Я знаю свою Україну»

Вправа дозволяє продовжити вчити дітей складати речення за заданою тематикою, ознайомити їх із таким видом книги як тунель-бук, закріпити знання назв міст, народних і державних символів, природи України; розвивати критичне і логічне мислення, зорову пам'ять, зв'язне мовлення.

Вихователь/ка показує дітям контур карти України і запитує:

- ▶ Карту якої країни я вам показую?
- ▶ Що на цій карті ви побачили?

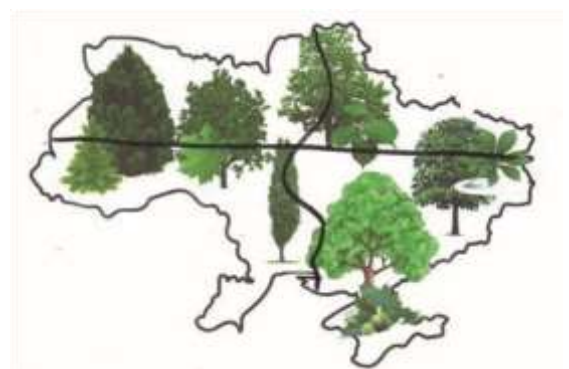
Відповіді дітей.

Педагог повідомляє, що це ілюстрації до вірша М. Познанської «Про нашу Україну», який зачитує дітям:

ПРО НАШУ УКРАЇНУ

Ми дуже любим весь наш край,
І любим Україну
Її лани, зелений гай В саду — рясну
калину. Там соловейко навесні Співає
між гілками: Та й ми співаємо пісні —
Змагається він з нами!

Вихователь/ка звертає увагу на те, що у дітей на столах є частинки пазлів. Якщо вони їх зберуть, то теж отримають карту України, але в кожного будуть свої зображення.



Діти збирають пазли, а потім по черзі розповідають про те, у кого що зображено на карті (наприклад: На моїй карті зображені дерева — дуб, клен, липа, каштан. Це дерева, які ростуть в Україні; На моїй карті зображено — віночок, калину, криницю, рушник. Це народні символи України).

Після цього вихователь/ка пропонує створити тунель-бук «Моя Україна» та пояснює, що для цього дітям потрібно приклеїти кожну частину пазла за вказаними мітками (наприклад, частину пазла з цифрою 1 приклеїти до цифри 1 на заготовці тунель-бука) до паперового шару тунель-бука, після цього склеюються всі шари тунель-бука по краях. По завершенні роботи вихователь/ка робить виставку робіт дітей.

За матеріалами посібника: Медіаграмотність та критичне мислення в закладі дошкільної освіти: навчальний посібник / ред.-упор. О. В. Волощенко; В. Ф. Іванов. Київ. : АУП, ЦВП, 2020.- 79 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/mo3.pdf>.

Додаток Ж

Батьківські збори «Виховання у дітей основ культури використання медіапродукції у родині»

Мета: підвищити рівень обізнаності батьків з питань медіакультури, ознайомити з основними принципами та шляхами формування медіакультури дітей дошкільного віку, виробити рекомендації для батьків щодо шляхів формування медіакультури дітей у родині.

Форма проведення: тренінг.

I. Привітання.

II. Знайомство. Вправа «Незакінчене речення». Кожен учасник повинен назватися так, як би він хотів, щоб його називали присутні та продовжити речення «Я ... головним завданням у вихованні свого сина / доньки / вважаю ...».

Педагог: всі ми прагнемо виховати кращі риси в дитині. І, можливо, це вдалося б, якби... І тут виникає безліч «якби». Бо існує багато факторів впливу на дитину, на які ми не завжди можемо впливати, не завжди можемо контролювати: родину, друзів, інформаційний простір, телебачення, аудіо, відеопродукцію, друковані видання (книги, періодика), комп'ютерні ігри, Інтернет тощо. Та чи завжди ми самі знаємо, як це зробити краще?

III. Повідомлення теми і завдань зустрічі.

Педагог: сьогодні ми поговоримо про вплив на дитину дошкільного віку інформаційного простору. Тема нашого заняття «Виховання у дітей основ культури використання медіапродукції у родині». Ми, об'єднавши наші зусилля, знання, досвід спробуємо з'ясувати ЩО і ЯК ми можемо зробити, щоб медіапродукція приносила дітям максимум користі і мінімум шкоди.

IV. Вироблення правил співпраці.

Педагог: щоб наша робота була плідною, продуктивною, давайте виробимо правила, дотримання яких принесе нам комфорт у процесі співпраці.

Правила формулюються, прикріплюються на дошці (толерантність, оптимізм, регламент, активність, вміння слухати і чути тощо).

V. Очікування.

Кожен із вас має уявлення, переконання з даної проблеми, і кожен чогось чекає від цієї зустрічі. У вас є «долоньки», напишіть на них, чого ви очікуєте від нашої співпраці, а саму долоньку прикріпіть на хмаринку так високо, на скільки ви оцінюєте рівень своєї обізнаності з теми.

Батьки прикріплюють «долоньки» і озвучують свої очікування.

VI. Основна частина.

За результатами попереднього анкетування з'ясувалося, що найбільш поширеною медіапродукцією для дітей дошкільного віку є.. /на екран – діаграму/

Давайте з'ясуємо, які переваги та недоліки має кожний вид медіапродукції. Для цього об'єднаємось у 3 групи. Кожна група отримує певний вид медіапродукції (радіопередачі, музика, аудіоказки; телепередачі, реклама, новини, мультфільми; журнали, газети, книжки). Задання: з'ясувати всі “+” й “-“ впливу медіапродукції на дитину.

Повинні дійти до висновку про найбільш ефективне джерело інформації

Але й виключити всі інші ми не можемо, тому спробуємо визначити, як організувати оптимальну взаємодію дітей із різною медіапродукцією. Перш за все подбаємо про те, щоб це не принесло шкоди здоров'ю дітей. Об'єднаємось у 3 групи. Кожній групі дається текстовий варіант гігієнічних вимог до роботи з книгою, телевізором, радіо.

Завдання: зобразити графічно, малюнком, схематично, плакатом правила їх використання.

Презентація робіт

Педагог: беззаперечним фактом є те, що більшість дітей віддає перевагу мультфільмам, а серед них іноді не кращим з точки зору освітнього,

розвивального і виховного потенціалу. Тому батькам доводиться якимсь чином спонукати до читання, до перегляду навчальних телепередач, мультфільмів тощо. Для цього слід володіти прийомами мотивації.

Об'єднуємось у 2 групи.

Завдання: розставити у порядку ефективності методи взаємодії з дитиною та аргументувати свій вибір: примус, переконання, заборона, зацікавлення, заохочення та інші.

Педагог: іноді дорослим доводиться бути неабиякими винахідливими і терплячими, аби знайти спільну мову з дитиною. Давайте спробуємо бути переконливими. Об'єднаємось у 3 групи.

Завдання: знайти оптимальний вихід із ситуації:

- Дитина просить купити диск /мультфільм/, який, на вашу думку, матиме негативний вплив. Ваші дії?
- Дитина просить подивитися телевізор більше дозволеного. Ваші дії?
- Ви придбали дитячий журнал, проте дитина не хоче його читати/слухати. Ваші дії?

Обговорення (коло ідей).

Педагог: якщо ви зацікавили дитину читанням, переглядом навчальних фільмів, мультфільмів, то обов'язково треба обговорювати прочитане /почуте/ з дитиною. Об'єднуємось у 2 групи.

Завдання: вибрати 1 твір, побудувати обговорення його з дитиною.

Презентація ідей

VII. Заключна частина.

Отже ви зрозуміли, що не так легко підготувати дитину до безпечного використання медіапродукції і тим паче не можна допустити набуття нею стихійного досвіду. Сподіваюсь, що наше заняття допоможе вам у подальшому процесі виховання основ культури використання медіапродукції у дітей. Пам'ятаючи про значну роль медіапродукції у житті кожної людини, ми повинні розуміти ту відповідальність, що покладена на дорослих: зробити

все можливе, щоб не допустити негативного її впливу на психіку дитини.
Складемо пам'ятку, яка стане вам у нагоді.

Рефлексія.

Додаток З**Пам'ятка для батьків**

- Не піддавайтесь спокусі полегшити собі життя, посадивши малюка перед телевізором, а самим зайнятись справами. Пам'ятайте, що психіка дитини формується тільки у спільній діяльності з дорослим.
- Чітко регламентуйте час перегляду дитиною телепрограм. Максимальна кількість часу біля екрану не повинна перевищувати від 15-20 хвилин до 1 години на день.
- Не дозволяйте дитині переглядати медіапродукцію, що орієнтована на дорослу аудиторію.
- Стежте за змістовністю та художністю дитячих програм.
- Обговорюйте з дитиною сюжети переглянутих фільмів, прочитаної з друкованих видань інформації. Важливо зрозуміти, що дитина думає, відчуває, як вона вчинила б у тій чи іншій ситуації. Навчіть дитину аналізувати, оцінювати вчинки і розуміти почуття інших людей.
- Після обговорення запропонуйте дитині намалювати героїв фільму, гри чи зліпити їх із пластиліну тощо. Зверніть увагу на зображення емоцій героїв.
- Для дітей старшого дошкільного віку можна організувати гру «Режисеримультіплікатори»: придумати і намалювати серію малюнків для нового фільму або продовжити улюблений фільм або гру.

**Тематика бесід для педагогічної просвіти батьків з проблем
використання друкованої медіапродукції в розвитку креативного
мовлення дітей передшкільного віку**

1. Друкована медіапродукція в житті та режимі дня дитини.

2. Використання дитячих періодичних видань з метою навчання, виховання і розвитку дітей.
3. Що таке оголошення?
4. Звідки з'являються журнали?
5. Книга і здоров'я дітей.
6. Навіщо потрібна фотографія?
7. Тематика і зміст періодичних видань для дітей.
8. Газета –важливе джерело інформації.
9. Організація дозвілля в сім'ї з використанням друкованої медіапродукції.
10. Подорож до типографії.