

Шифр «Медіаосвіта»

**РОЗВИТОК ПІЗНАВАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ
У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО
ВІКУ ЗАСОБАМИ МЕДІАПРОДУКЦІЇ**

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗАСОБАМИ МЕДІАПРОДУКЦІЇ	
1.1 Розвиток пізнавальної активності дітей дошкільного віку як психолого-педагогічна проблема.....	6
1.2 Особливості сприймання медіапродукції дітьми старшого дошкільного віку.....	9
1.3 Педагогічний потенціал медіапродукції у роботі з дітьми	13
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗАСОБАМИ МЕДІАПРОДУКЦІЇ	
2.1 Дослідження рівнів розвитку пізнавальної активності старших дошкільників засобами медіапродукції у сучасній практиці закладів дошкільної освіти.....	17
2.2 Реалізація педагогічних умов розвитку пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції.....	22
2.3 Аналіз результатів експериментальної роботи.....	26
ВИСНОВКИ	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	31
ДОДАТКИ	36

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасна освіта функціонує в особливих умовах, специфіку яких багато в чому визначає глобальний процес інформатизації суспільства. Медіаосвіта є пріоритетним напрямом педагогіки, що розглядається як процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової інформації з метою формування культури використання медіапродукції, розвитку творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, навчання різним формам самовираження за допомогою медіазасобів. Ці якості безпосередньо залежать від рівня пізнавальної активності дітей. Саме тому питання її розвитку – актуальне і на часі.

У Законі України «Про дошкільну освіту», Національній доктрині розвитку освіти України у XXI столітті, Базовому компоненті дошкільної освіти України наголошено, що дошкільний вік є визначним періодом активного пізнання довкілля, розвитку уміння планувати та здійснювати свою пізнавальну діяльність, виявлення інтересу до взаємодії з новим матеріалом.

Різні аспекти дослідження даної проблеми розкрито в працях багатьох українських науковців: сутність пізнавальної активності (О. Брежнева, Д. Годовікова, С. Ладивір, Б. Мухацька, К. Щербакова та ін.), її структуру – види, типи, основні форми прояву, компоненти, критерії, рівні та показники (Л. Буркова, К. Крутій, М. Матюшкін, О. Проскура та ін.), індивідуальне зростання пізнавальної активності дітей (О. Белова, В. Кузьменко та ін.), засоби її розвитку (Л. Артемова, Л. Венгер, Т. Ткачук та ін.).

Одним із шляхів оновлення сучасного освітнього процесу є практичне сучасних засобів навчання, які стимулюють пізнавальну активність дітей і сприяють ефективному засвоєнню ними навчального матеріалу, набуття вмінь і навичок. Інформація, що отримується з різних медіаджерел, на відміну від традиційного матеріалу в закладі дошкільної освіти, має низку привабливих для дітей властивостей, зокрема: емоційна забарвленість, актуальність, доступність, інтерактивність та динамічність тощо.

У наукових працях останніх років висвітлено низку питань, пов'язаних

з використанням екранних засобів навчання в освітньому процесі (Л. Баженова, В. Єгоров, Д. Фельдштейн та інші). Різні аспекти впливу масмедіа та медіапродукції на благополуччя дитини розкрито у доробку Л. Баженової, О. Тупічкіної, А. Тадаєвої, та ін. Комплекс питань, пов'язаних із впровадженням медіаосвіти в роботу з дітьми було предметом досліджень В. Абраменкової, Н. Гавриш, К. Крутій, О. Плеханова, Ю. Семеняко та ін.

Наявна суперечність між високими потенційними можливостями медіапродукції для розвитку пізнавальної активності особистості та незадовільним станом реалізації цього завдання в сучасному освітньому просторі, зумовила вибір теми: **«Розвиток пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції»**.

Мета дослідження – теоретично обґрунтувати та експериментально перевірити педагогічні умови розвитку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції.

Об'єкт дослідження – процес розвитку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку.

Предмет дослідження – педагогічні умови розвитку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції.

У процесі дослідження вирішувалися такі **завдання**:

1. На основі теоретичного аналізу наукової, науково-методичної літератури визначити педагогічну сутність понять «пізнавальна активність», «медіапродукція».

2. Схарактеризувати особливості сприйняття дітьми старшого дошкільного віку медіапродукції.

3. Вивчити стан розв'язання проблеми розвитку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції у практиці роботи закладів дошкільної освіти (далі ЗДО).

4. Визначити критерії та показники розвитку пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку та схарактеризувати її рівні.

5. Експериментально перевірити педагогічні умови розвитку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції.

Гіпотеза дослідження полягала у тому, що розвиток пізнавальної активності засобами медіапродукції відбуватиметься ефективніше за дотримання наступних умов: наповнення предметно-просторового середовища медіаосвітнім матеріалом; включення в освітній процес медіапродукції, орієнтованої на розвиток пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку; забезпечення взаємодії закладу дошкільної освіти і родини з питань медіаосвіти дошкільників.

Методи дослідження: *теоретичні:* аналіз та синтез наукової, навчально-методичної літератури; індукція та дедукція; порівняння, класифікація, систематизація та узагальнення теоретичних й експериментальних даних; *емпіричні:* спостереження, бесіда, анкетування, ранжування; педагогічний експеримент; кількісний та якісний аналіз емпіричних даних, отриманих у ході дослідження.

Практичне значення одержаних результатів дослідження забезпечується можливістю використання у практичній роботі ЗДО медіапродукції як засобу вдосконалення освітнього процесу, який збагачує та доповнює існуючі засоби освіти. Також запропоновані форми роботи можуть бути використані здобувачами вищої освіти спеціальності 012 Дошкільна освіта протягом проходження педагогічної практики в ЗДО.

Апробація результатів. Окремі положення дослідження були опубліковані у Збірнику тез наукових доповідей студентів Бердянського державного педагогічного університету [46].

Подано матеріали «Медіаосвіта як важливий чинник формування особистості в умовах сучасного освітнього простору» для участі у Міжнародній науково-практичній конференції «Медіасфера і медіаосвіта: специфіка взаємодії у сучасному соціокультурному просторі» (м. Могильов, Білорусь).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗАСОБАМИ МЕДІАПРОДУКЦІЇ

1.1. Розвиток пізнавальної активності у дітей дошкільного віку як психолого-педагогічна проблема

Проблема пізнавальної активності дітей – одна з найактуальніших у теорії і практиці дошкільного освіти, оскільки активність є необхідною умовою формування самостійності та ініціативності, розумових якостей особистості. У дітей дошкільного віку цілеспрямована пізнавальна активність лише починає своє становлення, тому важливим завданням педагога є забезпечення ефективних умов її розвитку.

На основі аналізу психолого-педагогічної літератури нами виділено декілька підходів до розуміння поняття «пізнавальна активність»: як діяльне ставлення особистості до сприймання, пізнання і перетворення світу, що виявляється через запитання, прагнення мислити у процесі сприймання, відтворення, розуміння, творчого застосування (О. Савченко); як якість особистості, пов'язану з допитливістю (Л. Проколієнко); як стан індивіда, який характеризується прагненням до навчання, розумовим напруженням, виявом вольових зусиль у процесі оволодіння знаннями (І. Харламов); як виявлення в освітньому процесі вольової, емоційної та інтелектуальної складові особистості (М. Махмутов). Ще один підхід у визначенні сутності пізнавальної активності пропонує М. Анцибор, визначаючи її як рису особистості, що характеризує її інтерес до знань і готовність оволодівати ними на основі потреби в інтелектуальному розвитку.

Пізнавальною, за словами В. Максимової, є активність дитини, що породжує та забезпечує функціонування пізнавального інтересу, який є емоційно-забарвленим виявом потреб дитини, вибіркове активне ставлення до пізнання окремих об'єктів оточення [20, с. 414].

У своєму дослідженні ми спираємося на визначення сутності пізнавальної активності сформульоване психологом Т. Ткачук. Відтак, розглядаємо

пізнавальну активність як самостійну, ініціативну діяльність дитини, яка формується під впливом інтересу та допитливості і зумовлена необхідністю розв'язання пізнавальних завдань, що постають перед нею у конкретних життєвих ситуаціях [48].

На думку вчених, пізнавальна активність є природним проявом інтересу дитини до навколишнього світу, що характеризується чіткими параметрами: увага й особлива зацікавленість (К. Щербакова [20]); емоційне ставлення (подив, стурбованість, сміх тощо) (Д. Годовікова); пошукові різноманітні дії, розмірковувальні паузи; потреба у використанні цього об'єкта; виражене бажання продовжувати заняття, прагнення до виконання різноманітних, особливо складних або творчих завдань (Д. Богоявленська, А. Петровський); прояв самостійності в доборі способів дій, засобів, здійсненні контролю, досягненні результату (К. Щербакова); спілкування з дорослим, питання до нього, спрямовані на пізнавальні інтереси (М. Матюшкін [32]).

У своїх дослідженнях К. Крутій акцентує увагу на необхідності розвитку різних видів пізнавальної активності: перцептивно-мнемічної; операційно-дієвої; наочно-практичної; мотиваційної і творчо-пізнавальної [24, с. 12].

Вітчизняні вчені (О. Брежнєва [3], Г. Ватаманюк [4, 5], Т. Вороніна [8], А. Демидова [12], С. Плахотников [48] та ін.) виділяють форми прояву пізнавальної активності, зокрема: самостійне формулювання пізнавальної задачі й уміння бачити, обирати засоби її вирішення; розуміння необхідності досягнення результату; відповідальність, сумлінність, інтенсивність (при виконавській пізнавальній активності), ініціатива, оригінальність, самостійність, оптимальність (при творчій пізнавальній активності).

У науковому доробку С. Ладивір [25], В. Лозової [29] та ін., ґрунтовно подано рівні пізнавальної активності: творчий (високий), інтерпретивний (середній) та репродуктивний (низький). Так, характеризуючи творчий рівень прояву пізнавальної активності, науковці зазначають, що діти цього рівня працюють тривалий час і з задоволенням, шукають власні способи дій, самостійно вирішують пізнавальні завдання. Дошкільники з інтерпретивним

рівнем розвитку пізнавальної активності, працюють самостійно, мають менш стійкий і тривалий інтерес до пізнання, але підтримують роботу за допомогою постійних запитань до педагога. Старші дошкільники, з репродуктивним рівнем розвитку пізнавальної активності легко відволікаються, мають нестійкий інтерес до пізнання, від самостійного пошуку відмовляються, виконують завдання за зразком чи під керівництвом педагога.

У працях В. Лозової [29], Б. Мухацької [33], Т. Ткачук [48] та ін., визначено основні напрями формування пізнавальної активності дітей дошкільного віку, як-от: залучення дітей до різних видів діяльності; цілеспрямований розвиток сприймання як початкового етапу образного пізнання дійсності через включення різних аналізаторів для дослідження властивостей предмета; поєднання пізнавальної діяльності на заняттях, різноманітних нерегламентованих видів дитячої діяльності та самостійної пізнавальної діяльності; забезпечення особистісної активності вихованців в освітньому процесі; індивідуалізація взаємодії педагога з дітьми відповідно до рівнів пізнавальної активності.

Психолог С. Ладивір наголошує на важливості створення розвивального середовища для стимулювання дитячої допитливості. За його відсутності дитина тривалий час може не звертатися до вихователя з пізнавальними запитаннями, не проявлятиме ініціативу при виконанні завдань. Тому інформацію необхідно надавати не тільки враховуючи її змістовність, але викликаючи емоційно позитивне ставлення до неї і доповнюючи її самостійною творчою продуктивною діяльністю дітей [25, с. 25].

У працях Л. Виготського, П. Гальперіна, Г. Люблінської, В. Суржанської виокремлено наступні особливості розвитку пізнавальної активності у дошкільному дитинстві: наявність основ ініціативної перетворюючої активності; можливість проявлятися у різних видах діяльності; прояв у запитаннях, порівняннях, розмірковуваннях; намагання до експериментування та елементарних дослідів; визначення цікавості та допитливості як показників пізнавального інтересу; поєднання емоційного та інтелектуального ставлення

до явищ та предметів навколишнього світу; вираженість у пізнавальній активності самостійності, самоконтролю та саморегуляції до кінця старшого дошкільного дитинства [45, с. 8].

Отже, пізнавальна активність є багатогранним і складним явищем. У дітей старшого дошкільного віку вона розвивається на основі пізнавальної потреби у різних видах діяльності (ігрової, пізнавальної, дослідницької тощо), забезпечує формування цілісного уявлення дитини про оточуючий світ та характеризується наявною пізнавальною орієнтацією дитини, ініціативою, інтересом, самостійністю та оригінальністю.

1.2. Особливості сприймання медіапродукції дітьми старшого дошкільного віку

Діти старшого дошкільного 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 [27, с 45]. Тому вважаємо доцільним розкриття специфіки сприймання медіапродукції дітьми дошкільного віку, які необхідно враховувати, організовуючи їх взаємодію з медіапродукцією.

Зважаючи на вікові особливості дітей дошкільного віку, зазначимо, що вони знайомі з друкованою медіапродукцією, переважно, у вигляді книги або дитячого журналу, які їм читають дорослі. Очевидно, що друкованій медіапродукції для дітей нелегко конкурувати з іншими медіа, хоча вони мають виключне значення у збагаченні підростаючого покоління знаннями, культурними цінностями, вихованні особистості, організації дозвілля тощо.

Науковець Є. Огар у своєму дослідженні зазначає, що термін «дитяча періодика» використовують для позначення масиву періодичних видань, створених спеціально для дитячої, читацької аудиторії з урахуванням психофізичних можливостей, вікових потреб, та особливостей сприйняття [18;

16]. У дитячій періодиці для дошкільників переважають художні твори, написані літературною мовою, яка найбільш відповідає особливостям дитячого сприйняття, як-от: конкретність, реалістичність та центризм мислення, величезна допитливість у пізнанні світу, анімізм уяви, нестійка увага, мимовільна та короткочасна пам'ять, специфічне відчуття мови та стрімкий розвиток мовлення та інше. Вважаємо доцільним схарактеризувати особливості сприймання дітьми друкованої медіапродукції у тісному зв'язку з дослідженнями питань сприймання літературних творів, усвідомлення їх змісту і засобів художньої виразності.

Науковець Л. Гурович зазначає, що факти, які співпадають з життєвими уявленнями дітей, достатньо легко й правильно усвідомлюються ними. Факти, які суперечать дитячому досвіду, не збігаються з ним, здебільшого не усвідомлюються дошкільниками. У своїх дослідженнях автор наголошує, що аналіз сприйняття дітьми художніх творів показав пряму залежність між сприйняттям моралі твору і моральними якостями дітей. Сильніший емоційний та поведінковий вплив на дітей чинять ті моральні якості і вчинки героїв, які відповідають їх власним якостям [11, с. 135].

У дослідженні Ф. Яковлічевої встановлено, що особливістю дитячого сприймання є злитність і нероздільність. Оскільки текст є основною формою викладу змісту друкованої медіапродукції, що конкретизується й доповнюється ілюстраціями, то розуміння дітьми інформації забезпечується правильним співвідношенням словесної презентації й наочного зображення. Сприймаючи нову інформацію діти старшого дошкільного віку, фактично, думають у межах візуального пізнавання, 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 у 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 [16, с. 11].

Відомі психологи (О. Запорожець, Д. Ельконін, С. Рубінштейн) підкреслюють, що високий рівень осмислення обов'язково передбачає емоційний відгук читача, його здатність суб'єктивно, особисто співпереживати долі героїв, висловлювати власне ставлення до вчинків персонажів та аргументовано їх оцінювати. Тому використовуючи друковані медіа в роботі з дітьми, потрібно обговорювати їх емоційні стани, вчити грамотно висловлюватися про свої почуття щодо сприйнятого, міркувати щодо значення цих емоцій для розуміння характеру героя, системи подій, ідеї твору. Адже автор свідомо викликає в читача ті чи ті емоції, володіючи цілим арсеналом засобів впливу на нього [17, с. 45].

Характеризуючи особливості сприймання дітьми друкованої медіапродукції зазначимо, що у дітей спостерігаються труднощі рефлексії. При цьому, вони схильні до фантазування, імпровізації, включення до контексту своїх міркувань блоків інформації з різних джерел. Тому важливо навчити вихованців сприйманню і розумінню художнього тексту яке включатиме низку етапів: сприймання й розуміння фактичного безпосереднього смислу слова, фрази; розуміння головної думки текста; розуміння мотиву вчинків або ставлення діючої особи до подій [16, с. 85].

Особливість сприйняття дитиною інформації по радіо полягає у відсутності зорових вражень. Науковцями доведено, що дитина може сприймати радіопрограму хронометражем не більше ніж 30 хвилин, оскільки її 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 [18, с. 100].

Аудіопродукція впливає на слухача в двох сферах: логічній та емоційній. Від того, які емоції в дитини викликатиме розповідь, залежить осмислення

змісту, зіставлення почутих фактів із реальною дійсністю й, як результат, адекватна поведінка дитини в конкретних життєвих ситуаціях. Дітям 6 року життя притаманна висока ступінь комунікації із однолітками, відтак, сприймаючи радіоконтент, вони зважають на наявність зворотнього зв'язку. Зважаючи на нестійку увагу дітей, дорослому слід обирати такі аудіозасоби, в яких використовуються різноманітні стимули її привернення, як-от: зміна діяльності ведучих програми, чергування в ефірі акустичних засобів подання, інтонаційні характеристики мовця тощо [19, с. 55].

До різновидів сприйняття деякі науковці відносять також телесприймання [1; 23]. Такі характеристики телебачення, як звук, зображення, аудіовізуальні образи, – сприймаються одночасно різними органами чуття (зором і слухом). Вони безпосередньо пов'язані з емоційною сферою дитини. Саме тому аудіовізуальна медіапродукція є найбільш привабливою для дитячого сприйняття.

Для дітей 6 років однією з характеристик сприймання медіапродукції є мимовільна пам'ять. Вона базується на емоціях, інтересі, тому діти легко запам'ятовують те, що їх зацікавило, але забувають отриману інформацію дуже швидко. Підвищена сенситивність сприйняття, як характеристика медіасприймання, пов'язана зі ставленням дитячої аудиторії до телегероїв, яке визначається залученням дитини до процесу співпереживання персонажу в досягненні мети [6]. Слід виокремити й емоційне сприйняття дітьми аудіовізуального контенту, що виражається в імпульсивності, невмінні стримувати свої почуття і переживання, прагненні миттєво втілити свої відчуття в дії [4, 105].

Зважаючи на притаманну дітям спрямованість уваги на той чи інший інформаційний об'єкт, з усього інформаційного масиву маленький глядач відбирає лише те, що відповідає його інтересам, схильностям, потребам. У дослідженні Л. Козиревої виокремлено таку особливість як домінуюча роль деталі в осмисленні образу. При цьому домінуючою є роль мимовільної уваги, тому дітей приваблюють яскраві, незвичайні предмети. Зважаючи на це,

своєрідним є і ставлення дітей до зовнішності персонажів [23, с. 37].

У працях О. Медведєвої, Н. Череповської акцентується увага на тому, що в процесі сприймання медіапродукції увагу дітей старшого дошкільного віку найбільше привертає активно діючий герой. Це обумовлено особливостями дитячої моторики, яка характеризується великою інтенсивністю. Фрагментарність сприйняття пояснюється тим, що дитина часто дає оцінку поведінки телегероя на підставі одного вихопленого з сюжету епізоду і утруднюється скласти загальне уявлення про характер персонажа [49]. Відсутність координації у великій кількості не пов'язаної між собою, не детермінованої цілісністю та завершеністю системної інформації порушує і ціннісну орієнтацію сприймання. Велика кількість яскравих фарб, стрімко змінювані картинки, кадри, звуки залишають після себе уривчасті образи в дитячій пам'яті. Таке поверхнєве сприйняття сприяє формуванню так званого «кліпового мислення», яке полягає у неможливості встановити зв'язок між різнорідною інформацією.

Отже, можемо констатувати, що існує беззаперечна необхідність у врахуванні особливостей дитячого сприйняття в процесі ознайомлення з медіапродукцією. Також робимо акцент на важливості керування з позиції дорослого, процесом включенням медіапродукції у роботу з вихованцями, оскільки сучасні медіа, крім корисних характеристик у використанні, можуть здійснювати негативний вплив на формування особистості дитини.

1.3. Педагогічний потенціал медіапродукції у роботі з дітьми

Важливими завданнями дошкільної освіти є активізація пізнавальної активності дитини, її самостійності та ініціативності. Значні можливості для реалізації вищезначених завдань має медіапродукція. Аналіз досліджень та публікацій останніх років свідчить, що проблема використання медіапродукції в роботі з дітьми стає центром уваги зарубіжних та вітчизняних представників педагогіки (О. Куніченко, О. Кравчишина, Н. Череповська [49] та ін.),

психології (О. Вознесенська [7], Л. Найдьонова [34], Г. Онкович та ін.), медицини (Г. Апостолова, Д. Лемиш [28], Р. Пацлаф та ін.), культурології (М. Маклюен, М. Ямпольський, О. Якимович та ін.).

За визначенням Н. Череповської 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 та медіатехнології, завдяки яким медіапродукція як створюється, так і зберігається, транслюється [49, с. 50]. 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 [53]. Отже, медіапродукцію розглядаємо як конкретні види медіаповідомлень разом із носієм, що публікуються або транслюються за допомогою засобів масової інформації і адресовані цільовій (у нашому дослідженні – дитячій) аудиторії.

Ми вважаємо, що медіапродукція – це сучасний і дієвий засіб навчання і виховання, що виконує освітню, розвивальну і виховну функції, які діють в органічній єдності. Вона сприяє формуванню у дитини потреби в знаннях, активного інтересу до того, що може стати їх новим джерелом, удосконаленню пізнавальних умінь і навичок. На думку науковців (Л. Артемова, Н. Гавриш [10], О. Запорожець [17] та ін.) медіапродукція підвищує ефективність сприймання дітьми навчального матеріалу, урізноманітнює навчальну діяльність, вносить у неї елемент цікавості.

Оволодіти необхідними знаннями, уміннями і навичками дитина зможе лише тоді, коли сама виявлятиме до них інтерес, і в тому разі, коли вихователь зуміє зацікавити її. Тому медіапродукція має добиратися так, щоб її зміст передбачав формування не лише елементарних уявлень, а й розвиток

пізнавальних процесів та пізнавальної активності (поєднуючи два елементи – пізнавальний та ігровий (або розважальний)).

За переконанням професорки Н. Гавриш [10], медіапродукції притаманна багатофункціональність, зокрема: формування базових засад особистості, збагачення емоційно-чуттєвої сфери, адаптаційна функція, мотиваційна, розвивальна, виховна, дидактична, коригуюча, компенсаторна та інші. О. Жорник зазначає, що використання медіапродукції допомагає сформувати пізнавальну самостійність – якість особистості, що проявляється у готовності власними силами здійснити цілеспрямовану пізнавальну діяльність.

Узагальнемо погляди науковців (П. Вінтерхофф-Шпурк [6], В. Іванов [15], С. Семчук [49], В. Чудинова та ін.) щодо потенціалу медіапродукції як засобу розвитку дітей дошкільного віку. Загалом виділяють такі функції: ідеологічна; культуро-освітня; комунікативна; інформаційно-пізнавальна; нормативна (пропаганда прийнятих у суспільстві норм і зразків поведінки); інтеграційна; розважально-компенсаторна; психотерапевтична (зменшує дискомфорт, емоційне невдоволення); фонова (уникнення самотності), естетична та ін. Науковець С. Семчук зазначає, що для реалізації пізнавальної моделі використання медіапродукції важливо виділити характерні особливості цього процесу, як-от: усвідомлення сенсу сприйнятого медіаконтенту та творчу активність особистості, як мету і результат використання медіапродукції. Усвідомлення сенсу сприйнятого медіаконтенту можливо тільки за умови активізації послідовних розумових операцій: свідомий відбір із подальшим критичним осмисленням [34].

Використання медіапродукції в роботі з дітьми має ряд переваг, зокрема: здійснення полісенсорного сприйняття матеріалу; можливість демонстрації різних об'єктів за допомогою сучасних технічних засобів навчання в збільшеному вигляді; поєднання аудіо-, відео- і анімаційних ефектів в єдиному продукті сприяє компенсації об'єму інформації, що отримується дітьми з інших джерел; активізація зорових функцій, окомірних можливостей дитини; яскравість і привабливість медіапродукції прискорюють запам'ятовування

матеріалу, робить його осмисленим і довгостроковим. Наявність позитивних емоційних реакцій у процесі використання медіапродукції сприяє корекції і розвитку психічних процесів. Медіапродукція є ефективним засобом роботи під час фронтальних та індивідуальних занять, що дозволяє побудувати освітній процес на основі психологічно коректних режимів функціонування уваги, пам'яті, гуманізації змісту навчання і педагогічної взаємодії.

Зауважимо, що наявність емоційних реакцій (почуття, мова, жести, рухова активність) відображає чуттєве сприйняття дитиною медіапродукції. Так, О. Леонтьєв [27] висловлює думку, що в ході використання медіапродукції діти починають включати в процес управління своїми емоціями слова, що веде до осмислення і прояву таких емоцій, як симпатія, співчуття тощо. Таким чином, емоції допомагають сприймати інформацію і реагувати на неї, тим самим впливаючи на пізнавальну активність дітей.

Використання медіапродукції в освітньому процесі передбачає широкий спектр прийомів роботи з дітьми. Наприклад, використання на занятті «наскрізного» персонажа перетворює «звичайне» спілкування в комунікативну ситуацію. У результаті відбувається не тільки запам'ятовування нової інформації, а і діалог між дитиною та персонажем, який викликає в неї цікавість у спілкуванні з цим героєм. Цікавим прийомом є порівняння двох-трьох екранізацій одного і того ж літературного твору. Сучасним прийомом є робота з використанням стоп-кадру або відеоряду (відповіді на запитання, озвучування мікросюжетів, коментування, вибіркового опису дій і ситуацій, розігрування діалогів тощо). Зазначені методичні прийоми сприяють активізації інтересу дітей до медіапродукції [24].

Отже, багатофункціональність медіапродукції, з одного боку, відкриває широкий діапазон можливостей для вдосконалення освітнього процесу та розвитку особистості дитини. З іншого боку, це вимагає від педагогів, які використовують медіаматеріал, ретельного планування і чіткого розуміння цілей і завдань своїх занять. Це дозволить уникнути негативних наслідків різних девіацій функцій медіапродукції.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗАСОБАМИ МЕДІАПРОДУКЦІЇ

2.1. Дослідження рівнів розвитку пізнавальної активності старших дошкільників засобами медіапродукції у сучасній практиці закладів дошкільної освіти

Експериментальне дослідження проводилось на базі ЗДО «Пізнайко», до якого було залучено дві групи дітей старшого дошкільного віку: «Екотопік» (27 вихованців – контрольна група (КГ)) та «Метелики» (25 дітей – експериментальна група (ЕГ)), а також 22 вихователя і 50 батьків.

З метою повного занурення в проблему дослідження важливим етапом роботи був аналіз стану практики дошкільної освіти. Експериментальна робота передбачала вирішення таких завдань:

- 1) вивчити практичну діяльність педагогів ЗДО зі створення умов для розвитку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції;
- 2) виявити реальну ситуацію щодо використання засобів медіапродукції у сім'ї;
- 3) визначити рівні розвитку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції;
- 4) проаналізувати результати діагностичного обстеження.

Робота в рамках констатувального експерименту проводилася в три етапи. Перший етап передбачав анкетування вихователів ЗДО з метою дослідження проблеми використання медіапродукції у розвитку пізнавальної активності дітей в освітньому процесі (зразок анкети у додатку А).

На підставі аналізу анкет вихователів нами з'ясовано, що переважна більшість педагогів (41 %) не розуміють сутності поняття «пізнавальна активність», не володіють достатнім обсягом знань про організацію роботи з цього напрямку (36 %); 23 % відчувають труднощі в плануванні та організації

освітнього процесу з використанням медіапродукції із метою підвищення пізнавальної активності вихованців.

На основі аналізу річних і календарних планів роботи педагогів ЗДО встановлено, що використанню медіапродукції в освітньому процесі приділяється недостатньо уваги, у роботі відсутня системність. Для більшості характерними є нечіткість освітніх завдань, фрагментарність та обмеженість надання інформації про масмедіа і медіапродукцію; використання переважно загальногрупових форм роботи з дітьми, а також репродуктивних і пояснювально-ілюстративних методів навчання. Результати дозволили зафіксувати, що вихователі в освітньому процесі досить рідко використовують медіапродукцію для вирішення завдань стимулювання пізнавальної активності вихованців. Іноді такі завдання задекларовані, проте не реалізуються у зв'язку з наданням вихователем переваги знаннєвому компоненту з використанням традиційних засобів навчання.

На другому етапі було проведено анкетування батьків вихованців старших груп ЗДО з метою розуміння ними змісту поняття «пізнавальна активність»; визначення умов, що створюються в родині для використання медіапродукції; з'ясування методів, які, на їхню думку, є більш дієвими у процесі використання медіапродукції (анкета представлена у додатку Б).

Вдалося встановити, що переважна більшість батьків (43 %) переконані у необхідності використання дитиною медіапродукції, визнаючи її потребою сьогодення. 35,6 % батьків вважають, що необхідність використання медіа визначає дитина, зважаючи на свої потреби та бажання. Незначна кількість дорослих (11,4 %) зазначили, що це необов'язково. Серед респондентів були такі (10 %), що вважають роботу з цього питання обов'язком вихователя.

Аналіз відповідей щодо методів виховання, які використовують дорослі в процесі використання медіапродукції виявив, що 32,9% батьків «постійно контролюють поведінку дитини». 27 % переконані, що найкращим засобом є «власний приклад дорослих членів сім'ї». На думку 35,1% батьків достатньо пояснити правила використання медіапродукції, а дитина буде їх

дотримуватися. Лише 5 % респондентів акцентують увагу дітей на тому, яку медіапродукцію можна використовувати дітям, привчають до обговорення медіаконтенту, а також систематично пропонують різні варіанти дозвілля (крім, медіа).

До основних труднощів, які виникають у батьків у процесі використання медіапродукції в умовах родини були названі: ліберальний стиль виховання (31,8 %), відсутність знань та умінь щодо здійснення роботи з означеної проблеми (35,4 %), упертість та вередливість дитини (14,7 %), невміння організувати роботу дитини з окремими видами медіапродукції із різних причин – не стійкий інтерес, низький рівень інтересу (10 %), недостатність вільного часу та відсутність єдності вимог у вихованні між дорослими членами сім'ї (8,1 %).

Отримані відповіді вказують на те, що переважна більшість батьків дітей старшого дошкільного віку використовуючи медіапродукцію з метою розвитку пізнавальної активності орієнтуються на «життєвий досвід» та інтуїцію. Необізнаність більшості батьків у формах та методах роботи з використання медіапродукції заважає їм повноцінно реалізовувати цей напрям роботи вдома. Здебільшого батьки недостатньо використовують потенціал медіапродукції для формування особистості дитини. Цей факт переконав у необхідності проведення просвітницької діяльності з батьками та широкого залучення їх до співпраці, що, на нашу думку, може змінити їхнє ставлення до розвитку пізнавальної активності дітей та урізноманітнити їх виховні засоби.

Третій етап констатувального експерименту передбачав безпосередню діагностичну роботу з дітьми з проблеми дослідження.

Критеріями та показниками розвитку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку було обрано: емоційно-мотиваційний (емоційне ставлення в процесі використання медіапродукції; наявність інтересу до медіапродукції; усвідомленість мотиву її використання), змістовий (наявність знань про медіапродукцію; обізнаність із особливостями її використання; вміння отримувати знання про медіапродукцію) та практичний (вміння

тривало, зосереджено використовувати медіапродукцію; дії, спрямовані на з'ясування інформації про медіа; цілеспрямованість дій дітей, сутністю якої є свідоме використання знань про медіапродукцію в різних видах діяльності).

До кожного показника дібрано діагностичні методики [13] і критерії оцінювання. Детальний опис обраних методик подано у додатку В.

Критерій № 1. Емоційно-мотиваційний. Діагностичні методики: 1) «Казка»; 2) «Улюблені справи»; 3) «Мій вибір».

Критерій № 2. Змістовий. Діагностичні методики: 1) «Світ медіа»; 2) «Обізнаний медіаспоживач»; 3) «Пізнайко».

Критерій № 3. Практичний. Діагностичні методики: 1) «Компетентні судді»; 2) «Закінчи історію»; 3) метод невключного спостереження.

Визначення рівнів розвитку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку здійснювалося згідно з виділеними критеріями та показниками. Дамо детальніше рівневу характеристику.

Високому рівню притаманно прояв широкого спектру позитивних емоцій (здивованість, захопленість, радість тощо) та виразної міміки, жестів, рухів, висловів; стійкий інтерес до медіапродукції, висока ступінь зацікавленості нею, що проявляється в запитаннях різного характеру; усвідомленість та аргументованість власних медіавподобань; наявність системних і досить глибоких теоретичних знань про медіапродукцію; обізнаність про правила її використання; ґрунтовне вивчення медіапродукції за допомогою різних способів; зосередженість під час використання медіапродукції; самостійно та впевнено використовує медіапродукцію у різних видах діяльності. Дитина здатна до творчого застосування знань у практичній діяльності.

Середній рівень – емоції мають виражений ситуативний характер, що пов'язано зі ставленням дитини до певної медіапродукції; наявний нестійкий інтерес до об'єкту пізнання; характерна пізнавальна пасивність, яку можливо стимулювати використовуючи яскравий пізнавальний матеріал; розмите розуміння мотивів використання медіапродукції; неповні та поверхові теоретичні знання про медіапродукцію та правила її використання; процес

використання медіапродукції є нетривалим, часто відволікається; сумнівається, гальмує, не одразу розпочинає роботу з медіапродукцією. Знає медіапродукцію, але не завжди може вільно її використовувати; потребує заохочення, спонукання, керівної ролі вихователя. Дитина репродуктивно відтворює побачений зразок у різних видах діяльності; прагне привернути увагу однолітків до об'єкта, запросити до спільного використання.

Низький рівень – у процесі використання медіапродукції емоційний стан характеризується індиферентністю; слабо виражений або відсутній інтерес до пізнання медіапродукції; зосереджує увагу та використовує об'єкт лише під керівництвом та за ініціативою дорослого; відсутнє усвідомлення мотивів використання медіапродукції; теоретичні знання про медіапродукцію та її використання мінімальні та безсистемні; важко зосереджується на медіаматеріалі, який використовує; дитина пасивна, відчуває потребу в допомозі чи підказках з боку дорослих або однолітків. Використовуючи медіапродукцію в різних видах діяльності не проявляє творчість та самостійність, не може добирати матеріал для самостійної діяльності.

Результати отримані у ході констатувального етапу дослідження подано у таблиці 2.1. за кожним визначеним критерієм.

Таблиця 2.1.

Рівні розвитку пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку

Емоційно-мотиваційний критерій						
Група	Високий		Середній		Низький	
	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%
«Метелики» (ЕГ)	5	20 %	7	28 %	13	52 %
«Екотопік» (КГ)	6	22,2 %	7	26 %	14	51,8 %
Змістовий критерій						
Група	Високий		Середній		Низький	
	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%
«Метелики» (ЕГ)	4	16 %	8	32 %	13	52 %
«Екотопік» (КГ)	5	18,5 %	7	26 %	15	55,5 %
Практичний критерій						

Група	Високий		Середній		Низький	
	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%
«Метелики» (ЕГ)	4	16 %	7	28 %	14	56 %
«Екотопік» (КГ)	6	22,2 %	8	29,7 %	13	48,1 %

Як видно з таблиці результатів констатувального експерименту, показники в контрольній та експериментальній групах суттєво не відрізняються. Узагальнені результати цього етапу експериментального дослідження засвідчують, що високий рівень пізнавальної активності мають 17,3 % дітей ЕГ та 21 % КГ. Середній рівень виявлено у 29,4 % вихованців ЕГ та 27,2 % у КГ відповідно. Низький рівень складають 53,3 % респондентів ЕГ і 51,8 % старших дошкільників КГ.

Порівняння даних ЕГ і КГ дозволяє стверджувати, що різниця на низькому рівні пізнавальної діяльності дітей 6 р. ж. складає 1,5 %, на середньому – 2,2 % і на високому рівні – 3,7 %. Такі дані свідчать про те, що початкові умови дослідження рівні для обох груп. Отже, всі поставлені завдання констатувального експерименту були виконані.

2.2. Реалізація педагогічних умов розвитку пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції

На основі аналізу теоретичних джерел розроблено та теоретично обґрунтовано педагогічні умови, що сприяють розвитку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції. Реалізація педагогічних умов як взаємодоповнювальних і взаємозумовлених була комплексною.

Відповідно до першої педагогічної умови «наповнення предметно-просторового середовища медіаосвітнім матеріалом» передбачалося обладнання в групах відповідних ігрових медіакуточків. Вихователь заохочував дітей до використання медіазасобів, медіапродукції за схемою:

цікава ігрова мотивація; пояснення завдання; розглядання, допомога, поради, рекомендації у процесі самостійної діяльності дітей, підтримка. Змістова лінія реалізації означеної умови охоплювала ігри-вправи («Обери та поясни», «Знайди пару»), дидактичні ігри («Мій друг журнал», «З телевізором дружу»), бесіди, колективні розповіді; виготовлення фотостендів і колажів, стіннівок тощо. Одним із способів стимулювання дітей до використання медіапродукції були прийоми заохочення. Дієвим виявилось застосування умовного підкріплення в ситуаціях використання медіапродукції, що забезпечувало збереження інтересу та емоційного відгуку у дітей.

Друга педагогічна умова – «забезпечення взаємодії закладу дошкільної освіти і родини з питань медіаосвіти дошкільників» передбачала удосконалення теоретико-методичної підготовки вихователів ЗДО та батьків з питань активізації пізнавальної активності дітей засобами медіаосвіти. Робота з вихователями передбачала розв'язання таких завдань: забезпечення розуміння ними необхідності та актуальності роботи з означеного напрямку; ознайомлення з різними видами медіапродукції; розширення знань про методи і прийоми використання медіапродукції в роботі з дітьми. Було розроблено комплекс заходів, зокрема: науково-практичні й проблемні семінари, індивідуальні консультації, бесіди, дискусії, панорама педагогічних знахідок; виставки методичних матеріалів та ін. Зацікавленість педагогів викликав тренінг «Організація «збалансованого» використання медіапродукції» та воркшоп «Медіапродукція в роботі з дітьми: Чому? Як? Для чого?» та ін. Проведення майстер-класів, семінарів-практикумів, тренінгів, відеопереглядів відкритих форм роботи з вихованцями дало змогу педагогам опанувати ефективні прийоми включення медіапродукції в роботу з розвитку пізнавальної активності дітей.

Залучення батьків до спільної освітньої діяльності відбувалося в межах функціонування сімейного клубу «Медіазнайка». Зважаючи на рівень психолого-педагогічних знань батьків, робота проводилась у поєднанні масових, групових та індивідуальних форм її організації, як-от: лекції-діалоги

(«Значення медіапродукції у вихованні дітей»), дискусії («Вплив мультфільмів на формування особистості»), ділові ігри («Інтерв'ю з психологом»), батьківські аукціони («Знай, вивчай, впроваджуй»), інтелектуальні ігри («Термінологічна розминка») тощо.

Згідно з третьою педагогічною умовою «включення в освітній процес медіапродукції, орієнтованої на розвиток пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку» було розроблено факультативний курс для дітей старшого дошкільного віку «Діти у світі медіа» (додаток Г). Відповідно до змісту плану робота з дітьми охоплювала три етапи, кожен із них було спрямовано на розв'язання певних завдань.

На першому етапі (інформаційно-пізнавальному) ефективним було вирішення проблемних ситуацій, розв'язуючи які, діти усвідомлювали значення використання різних видів медіапродукції, зокрема газет, журналів, радіопередач, мультфільмів та ін., а також ігрових ситуацій, у яких діти, обираючи серед рисунків ті, які відображали діяльність, пов'язану з використанням медіапродукції, вчилися пояснювати значущість цієї діяльності для людини. Враховуючи результати констатувального експерименту ми дійшли висновків, що діти старшого дошкільного віку мають недостатній рівень пізнавальної активності, пасивні при «спілкуванні» з новими, незнайомими предметами, в них недостатньо розвинена спостережливість, часто виникають проблеми у процесі розумової діяльності, недостатня зацікавленість інтелектуальними завданнями тощо. Тому нами використовувалися різноманітні методики і форми з метою підвищення рівня пізнавальної активності та самостійності дитини, зокрема: ігрова вправа «Художник», спостереження-гра «Знайди спільне», «Що загубив телеведучий?», ігри «Смислові ряди», «Що я загадав?», «Залишаємо незвичайні новини», «Чарівне перетворення», «Факти про мене»; заняття «Подорож у медіагалерею». Крім цього до системи роботи з дітьми старшого дошкільного віку ми включили словесні логічні завдання «Перший мікрофон», «Що трапилось?», «Запитай та вгадай», «По гриби», «Цікава газета «Група

сьогодні» та інші. Під час реалізації системи роботи можна було побачити зацікавленість дітей до нових знань, відзначити розширення кола їх інтересів і захоплень. Нами також використовувалися інтерактивні прийоми («Павутинка», «Кошик ідей», «Мікрофон» та ін.), заповнення «Адвент календаря», які сприяли формуванню пізнавальної мотивації, стійкого інтересу до медіапродукції та забезпеченню усвідомленості, осмисленості її використання в різних життєвих ситуаціях.

Другий етап роботи – репродуктивно-збагачувальний – передбачав формування у дітей елементарних уявлень про медіапродукцію, ознайомлення дітей з правилами її культурного використання, розвиток основ критичного мислення. Зміст цього етапу охоплював комплекс різноманітних форм і методів роботи, зокрема такі: індивідуальний пошуковий проект («Медіапродукція в моїй родині»), проблемні ситуації («Якщо зникне телевізор», «Життя без книжок»), створення мнемотаблиць, дидактичні ігри, бесіди, інтерактивні вправи («Асоціативний куш», «Карусель», «Ми вчимо своїх друзів тому, що вміємо добре робити самі» та ін. Було проведено низку тематичних занять, як-от: «У світі інформації», «Про що розповідає телевізор?», «Режим дня медіакористувача», «Загадкова реклама», «Мультфільми: безпечно-небезпечно» та ін. Провідним методом для впровадження цього етапу визначено метод діалогово-інтерактивного занурення у медіапростір через сприйняття медіапродукції та її аналіз і оцінку. Під час роботи вихованці доходили розуміння соціально схвалювальних і деструктивних дій (агресії, неадекватної експресії, недоречного прояву емоцій) медіаперсонажів, а також наслідків відтворення сприйнятого у власній поведінці. Роз'яснення дорослими спожитого медіаконтенту спрямовувало увагу дітей на зв'язок між вчинками, їх мотивами, наслідками та власною емоційною сприйнятливістю, здатністю аналізувати й оцінювати медіапродукцію. Бажання дітей використовувати медіапродукцію в різних видах діяльності заохочували в процесі індивідуальних і групових бесід, створення коміксів, фотопроектів, вигадкування власних початку, середини або

закінчення мультфільму; візуалізації внутрішніх переживань і почуттів у спільній з дорослим діяльності (малюнки, ліплення, відтворення діалогу дійових осіб в іграх-драматизаціях тощо).

На практично-творчому (третьому) етапі ставилися завдання: вправлятися в набутих знаннях щодо використання медіапродукції в повсякденній діяльності і в поведінці. З цією метою використовувалися такі методи: обговорення спожитого медіаконтенту з різних позицій (автор-глядач), створення колективних колажів, дидактичні ігри («Опиши події», «Хто працює на телебаченні?», «Про що говорять з екрана?», «Правильно – неправильно», «Який настрій у героя?» та ін.); сюжетно-рольові ігри («Сім'я», «Друкарня», «У магазині книжок» та ін.); навчально-ігрові ситуації («Переконай мене», «Для кого працює журналіст?», «Де Тимко інформацію шукав?» та ін.), бесіди-уточнення («Читати газету – гарна звичка», «Пізнайко» – навчає й розважає», «Наші помічники – новини» та ін.), колективна та індивідуальна творча діяльність, рефлексія («Продовжи речення», «Клубок вражень», «Читання/перегляд для себе»). Однією з дієвих форм роботи на цьому етапі був тематичний день «Маленькі медіаспоживачі», ідея якого полягала в тому, щоб продемонструвати якомога більше способів використання медіапродукції у закладі дошкільної освіти.

2.3. Аналіз результатів експериментальної роботи

З метою перевірки ефективності розроблених педагогічних умов розвитку пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції був проведений контрольний зріз на основі тих діагностичних методик, які вже використовувалися нами на констатувальному етапі експерименту.

Для того, щоб відстежити позитивну динаміку в експериментальній групі, представимо порівняльну таблицю 2.2., де відображено рівні розвитку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку з використанням

медіапродукції в обох групах на констатувальному та контрольному етапах експерименту.

Таблиця 2.2.

Порівняльна характеристика результатів констатувального та контрольного етапів експерименту

Рівні	Констатувальний етап			Контрольний етап		
	Високий	Середній	Низький	Високий	Середній	Низький
«Метелики» (ЕГ)	17,3 %	29,4 %	53,3 %	32 %	48 %	20 %
«Екотопік» (КГ)	21 %	27,2 %	51,8 %	26 %	29,6 %	44,4 %

Порівнюючи дані таблиці, констатуємо, що в експериментальній групі високий рівень пізнавальної активності старших дошкільників зріс на 14,7 %, середній – на 18,6 %, а низький рівень знизився на 33,3 %. Щодо контрольної групи, то в ній показники майже не зазнали змін. Так, дітей з високим рівнем пізнавальної активності стало більше на 5 %, з середнім – 2,4 %, відповідно низьким рівнем – зменшилося на 7,4 %.

Згідно з даними можна констатувати позитивні результати проведеної роботи, а саме: діти набули достатніх медіаосвітніх знань (про засоби масової інформації, значення і види медіапродукції, мотиви споживання медіаконтенту тощо), які відповідають їхньому віку. Відбулися зміни і в характері мотивів використання дітьми медіапродукції. Якщо на першому етапі експериментальної роботи у вихованців переважали розважальні, компенсаторні мотиви медіаспоживання, то результати контрольного зрізу засвідчили, що збільшилась кількість дітей з усвідомленими пізнавальними мотивами використання медіапродукції. Результати спостережень показали, що значно підвищився інтерес дітей до використання медіапродукції та медіазасобів у різних видах діяльності (образотворчій, ігровій, трудовій та ін.). Це виявлялося особливо чітко в самостійній творчій грі дітей. Вони обирали для ігрової діяльності атрибути (костюми, мікрофон, відеокамера, мобільний телефон тощо), спираючись на свої знання про професії людей у сфері масмедіа та героїв улюбленої медіапродукції.

Аналізуючи кількісні зміни за результатами прикінцевого зрізу встановили суттєві зміни в умінні дітей ставити запитання щодо медіапродукції, давати аргументовані ґрунтовні відповіді, критично оцінювати медіаконтент, диференціювати його з точки зору користі та шкоди для себе. Змінилися види питань дітей щодо змісту сприйнятої медіапродукції – від репродуктивних, уточнювальних до питань, спрямованих на виявлення зв'язків і відносин, причин.

Завдяки використанню медіапродукції пізнавальна активність дітей старшого дошкільного віку поступово набула зосередженості, етапності, послідовності, ініціативності, позитивного сприйняття освітнього матеріалу. Вони почали зацікавлено шукати нові варіанти використання медіа, що дало педагогам змогу підкріпити практичну роботу різними прийомами співробітництва: вказівкою, заохоченням, зверненням до досвіду дитини. Крім того, діти почали виявляти цікавість до професій людей, що задіяні у виробництві та розповсюдженні медіапродукції.

Отже, дані експериментального дослідження, що засвічують позитивну динаміку пізнавальної активності дітей старшого дошкільного віку, дозволяють стверджувати, що використання медіапродукції є дієвим засобом її розвитку.

Висновки

У ході проведення експериментального дослідження з метою з'ясування ефективності педагогічних умов розвитку пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції ми дійшли таких висновків:

1. На основі теоретичного аналізу психолого-педагогічної літератури визначено сутність поняття «пізнавальна активність» стосовно дітей старшого дошкільного віку як самостійну, ініціативну діяльність дитини, спрямовану на пізнання навколишньої дійсності (зокрема, медіапродукції) й зумовлену необхідністю розв'язати завдання, що постають перед нею у різних ситуаціях. З'ясовано, що основними проявами пізнавальної активності є увага, емоційне ставлення, інтерес до предмета, бажання детальніше дізнатися про нього. Доведено, що медіапродукція є сучасним та дієвим засобом розвитку пізнавальної активності дітей завдяки таким характеристикам: динамічність, яскравість, інтерактивність, інтенсивність зміни подій чи образів, наявність постійно діючих героїв, можливість прожити певний проміжок часу з улюбленим персонажем, елемент «загадки», багатосерійність, механізм «емоційного маятника», надмірний позитив, короткі та доступні для розуміння слогани тощо.

2. Аналіз психолого-педагогічної літератури дав змогу визначити особливості сприйняття дітьми старшого дошкільного віку сучасної медіапродукції, як-от: «кліпове мислення», субсенсорне сприймання, сенситивність сприйняття, наївний реалізм; труднощі в сприйнятті просторово-часових і причинно-наслідкових зв'язків явищ реального життя; ідентифікація юного глядача з привабливим для нього героєм; труднощі в рефлексії; відсутність життєвого і естетичного досвіду.

3. Досліджуючи сучасний стан використання медіапродукції у ЗДО, нами було виявлено: недосконалість відповідного змістово-методичного забезпечення; часткову обізнаність вихователів і батьків щодо методів і прийомів виховання означеної характеристики; домінування епізодичних

заходів використання медіапродукції із метою розвитку пізнавальної активності дітей.

4. Визначено критерії та показники розвитку пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку: емоційно-мотиваційний (емоційне ставлення в процесі використання медіапродукції; наявність інтересу до медіапродукції; усвідомленість мотиву її використання), змістовий (наявність знань про медіапродукцію; обізнаність із особливостями її використання; уміння отримувати знання про медіапродукцію) та практичний (вміння тривало, зосереджено використовувати медіапродукцію; дії, спрямовані на з'ясування інформації про медіа; цілеспрямованість дій дітей, сутністю якої є свідоме використання знань про медіапродукцію в різних видах діяльності).

5. У процесі організації експериментальної роботи було визначено, реалізовано та доведено ефективність педагогічних умов розвитку пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку засобами медіапродукції: наповнення предметно-просторового середовища медіаосвітнім матеріалом; включення в освітній процес медіапродукції, орієнтованої на розвиток пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку; забезпечення взаємодії ЗДО і родини з питань медіаосвіти дошкільників.

Результати контрольного етапу експерименту свідчать про якісні та кількісні зміни в рівнях розвитку пізнавальної активності старших дошкільників ЕГ засобами медіапродукції: високий рівень зріс на 14,7 %, середній – на 18,6 %, а низький рівень знизився на 33,3 %. Щодо КГ, то в ній показники залишились майже на тому самому рівні. Дані засвідчують, що використання медіапродукції сприяло підвищенню рівня пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку.

Проведене нами дослідження не визначається як завершене, зважаючи на глибину обраної проблеми. Подальші дослідження будуть пов'язані з розробкою питань впровадження медіаосвіти в усі вікові групи закладів дошкільної освіти.

Список використаних джерел

1. Аромштам, М. (2006). *Дети смотрят мультфильмы: психолого-педагогические заметки. Практика производства мультфильмов в детском саду*. Москва: Чистые пруды. 30 с.
2. Баришполец, О. Т. (2010). *Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник*. Київ: Міленіум. 440 с.
3. Брежнева, О. Г. (1998). Формування пізнавальної активності. *Дошкільне виховання*, № 2, 12-14.
4. Ватаманюк, Г. А. (2008). Інтелектуальна гра, як засіб активізації навчально-пізнавальної діяльності дошкільників. *Початкова школа*, 6, 40-43.
5. Ватаманюк, Г. (2017). Розмаїття дитячих книг – передумова формування читацьких інтересів дошкільників. *Педагогічна освіта: теорія і практика : зб. наук. пр. Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. Івана Огієнка*. 23 (2-2017), Ч. 2, 147-153.
6. Винтерхофф-Шпурк, П. (2007). *Медиапсихология. Основные принципы*. Харків: Гуманитарный Центр, 288 с.
7. Вознесенська, О. Л. (2010). Сім'я в інформаційному суспільстві: зміна норми. *Психологічні перспективи*, 1, 16-26.
8. Вороніна, Т. В. (2000). Що? Де? Коли? У співпраці з родиною формуємо в дітей пізнавальні інтереси. *Дитячий садок*, № 2 (50) січень, 8.
9. Выготский, Л. С. (1982). *Мышление и речь. Собрание сочинений (Т. 2: Проблемы общей психологии)*. Москва: Педагогика. 306 с.
10. Гавриш, Н. В. (2006). *Діти і соціум: особливості соціалізації дітей дошкільного та молодшого шкільного віку*. (Монографія). Луганськ: Альма-Матер, 368 с.
11. Гурович, Л. М., Береговая, Л. Б. (2000). *Ребенок и книга*. СПб.: Детство-Пресс. 128 с.
12. Демидова, А. С. (2006). Формуємо пізнавальну самостійність у старших дошкільників. *Дошкільне виховання*, № 10, 10.

13. Дыбина, О. В. (2008). *Педагогическая диагностика компетентностей дошкольников. Для работы с детьми 5-7 лет.* Москва: Мозаика-Синтез. 58 с.
14. Дзялошинский, И. М. (2012). Восприятие и понимание медиатекстов в системе коммуникативной компетентности личности. *Медиа. Информация. Коммуникация.* 3. С. 14-23.
15. Иванов, В. Ф., Волошенюк, О. В. (Упор.). (2012). *Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник.* Київ: Центр вільної преси. 431 с.
16. Елисеева, М. Б. (2008). *Книга в восприятии ребенка от рождения до 7 лет.* Москва: Сфера. 64 с.
17. Запорожец, А. В. (1986). Психология восприятия ребенком-дошкольником литературного произведения. *Избранные психологические труды* (Т.1). Москва: Педагогика. 66-77.
18. Кіт, Н. О. (2002). Національне періодичне видання для дошкільників: жанрово-видова палітра та її змістове наповнення. *Зб. пр. НДЦ періодики*, 10, 277-288.
19. Кириллова, Н. Б. (2006). *Медиакультура: от модерна к постмодерну.* Москва: Академический Проект, 448 с.
20. Козлова, С. А., Куликова, Т. А. (2000). *Дошкольная педагогика : учеб. пособие для студ. дошк. отделений и фак. сред. пед. учеб. заведений.* Москва: Academia, 416 с.
21. Кононко, О. Л. (2013). Плекаймо культуру потреб дитини. *Дошкільне виховання*, 5, 2-8.
22. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://ispp.org.ua/news_44.htm. – Київ, 2010.
23. Козырева, Л. Г. (2001). *О социально-психологических особенностях детской киноаудитории. Юный зритель. Проблемы социального кино.* Москва: Искусство. 71 с.

24. Крутій, К. Л. (2013). Медіадидактичні особливості використання мультфільмів як засобу навчання мови і розвитку зв'язного мовлення дошкільників. *Наукові записки. Серія: Педагогіка*, 3, 63-78.
25. Ладивір, С. О. (2006). Пізнавальна активність старших дошкільнят: індивідуальні особливості. *Дошкільне виховання*, № 11, 3-6.
26. Ле-ван, Т. Н. (2014). Медиакомпетентность и здоровье ребёнка в ракурсе дошкольного образования. *Детский сад: теория и практика*, 9 (45), 6-15.
27. Лещенко, Л. (2007). Комп'ютерна залежність у дітей: виникнення і запобігання. *Психолог*, 18–19 (258–259), 45-52.
28. Лемиш, Д. (2007). *Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей*. Москва: Поколение. 303 с.
29. Лозова, В. І. (2000). Цілісний підхід до формування пізнавальної активності школярів. Харків: «ОВС», 164 с.
30. Любченко, Ю. В. (2010). Звукове оформлення дитячих радіопрограм: вікові особливості сприйняття. *Журналістика. Лінгвістика. Дидактика: матеріали Всеукр. наук.-практ. конференції*, Полтава, 147-151.
31. Маркина, О. С. (2010). *Социально-психологические особенности восприятия и понимания художественного фильма (на примере фильма Р. Быкова «Чучело»)*. (Дис. канд. псих. наук). Москва.
32. Матюшкин М. В. (2011). Психологическая структура, динамика и развитие познавательной активности. *Вопросы психологии*, 4, 5–17.
33. Мухацька Б. (2001). *Стимулювання пізнавальної активності дітей у дитячому садку*. (Дис. д-ра пед. наук. Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова). Київ.
34. Найдьонова, Л. А. (2013). *Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: підручник*. Кіровоград: Імекс-ЛТД. 116 с.
35. Олейник, Н. В., Тупичкина, Е. А. (2014). Психолого-педагогические основы формирования зрительской культуры у детей старшего дошкольного возраста. *Детский сад: теория и практика*, 9, 68-75.

36. Пенчук, І. Л. (2004). *Радіожурналістика: основні засади функціонування*. Запоріжжя. 238 с.
37. Петрунко О. (2011). *Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі*. (Монографія). Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 480 с.
38. Поніманська, Т. І. (2006). *Дошкільна педагогіка: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів*. Київ: «Академвидав». 456 .
39. Плахотников, С. П. (2008). Що робити з дитячими питаннями? *Дитячий садок*, № 9 (441) березень, 2-4.
40. Рубинштейн, С. Л. (2000). *Основы общей психологии*. СПб: Издательство «Питер». 720 с.
41. Семаго, Н. Я., Семаго, М. М. (2005). *Теория и практика оценки психического развития ребенка. Дошкольный и младший школьный возраст*. СПб.: Речь. 384 с.
42. Семеняко, Ю. Б. (2016). Дитяче телебачення як засіб психологічного впливу на дітей дошкільного віку. *International Scientific-Practical Conference «Aktual questions and problems of development of social sciences: Conference Proceedings, June 28-30*. Kielce: Holy Cross University. (с. 94-98).
43. Семчук, С. І. (2010). *Особливості впливу засобів масової інформації на соціалізацію дітей дошкільного віку*. (Дис. канд. пед. наук). Держ. закл. «Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського», Одеса.
44. Стадник, Г. А. (1992). *Развитие познавательной активности дошкольников в семье*. (Дис. канд. психол. наук). Киев.
45. Суржанська, В. А. (2004). *Творчі завдання як засіб формування пізнавальної активності старших дошкільників* (Дис. канд. пед. наук; Інститут проблем виховання АПН України). Київ.
46. Тихенька, В. В. (2020). Змістовне забезпечення роботи з розвитку пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку засобами

медіапродукції. *Збірник тез наукових доповідей студентів Бердянського державного педагогічного університету на Днях науки*. Том 1. Педагогічні науки. Бердянськ: БДПУ, 2019, 84-87.

47. Тупичкина, Е. А., Ревина, Н. П. (2014). Развитие у старших дошкольников понимания эмоционального содержания мультфильма. *Начальная школа плюс До и После*, 5, 27-32.

48. Ткачук, Т. А. (2004). *Розвиток пізнавальної активності дітей дошкільного віку у спілкуванні з вихователем* (Дис. канд. психол. наук. Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова). Київ.

49. Череповська, Н. І. (2007). Формування візуальної медіакультури особистості засобами медіаосвіти. *Культура народів Причорномор'я*, 120, 185.

50. Чорна, Л. (2003). Чи дивитись дитині телевізор. *Дошкільне виховання*, 11, 21-23.

51. Щетинина В. В. (2006). *Формирование познавательной активности детей старшего дошкольного возраста в процессе поисковой деятельности* (Дис. канд. пед. наук). Москва.

52. Яковличева, А. Ф. *Значение текста и рисунка, их взаимоотношений для понимания ребёнком дошкольного возраста детской книги*. (Дисс. канд. пед. наук). Москва, Московский государственный университет. 217 с.

53. Education for the Media and the Digital Age. Vienna: UNESCO, 1999, p.273-274. Reprint in: *Outlooks on Children and Media*. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001, 152.

54. Naydonova L. What Ukrainian Parents Think About TV Influence on Children? // Abstracts of the 13th European Congress of Psychology. Sweden.

ДОДАТКИ

Додаток А

Шановні вихователі!

Будемо вдячні за відповіді на наші запитання

П.І.Б., місце роботи _____

1. Як Ви розумієте поняття «пізнавальна активність»?

2. Яку медіапродукцію Ви використовуєте в роботі з дітьми?

а) мультфільми;

б) новини;

в) телешоу (пізнавальні, пізнавально-розважальні тощо);

г) радіопередачі;

д) аудіоказки;

е) журнали, газети;

ж) реклама;

з) Ваш варіант _____

3. Чи вважаєте Ви, що медіапродукція сприяє розвитку дітей? Поясніть свою думку _____

4. Як часто в освітньому процесі Ви використовуєте медіапродукцію? Чому?

5. Які емоції виникають у дітей, у разі використання в освітньому процесі медіапродукції?

а) спокій;

б) розчарування;

в) злість;

г) роздратування;

д) байдужість;

е) радість;

ж) інші (вказіть) _____

6. Які методи та прийоми роботи Ви застосовуєте, використовуючи медіапродукцію в роботі з дітьми?

Дякуємо за Ваші відповіді!

Шановні батьки!

Будемо вдячні за відповіді на наші запитання!

П.І.Б. _____

1. Чи вважаєте Ви за необхідне використовувати медіапродукцію у дозвіллі та вихованні Вашої дитини?

2. Скільки часу протягом дня Ваша дитина використовує медіапродукцію?

а) до 30 хвилин;

б) від 30 хвилин до 1 години;

в) від 1 години до 3 годин;

г) більше 3 годин;

д) Ваш варіант _____

3. Чи ознайомлюєте Ви свою дитину з різними видами медіапродукції? Як саме? _____

4. Яку медіапродукцію Ви використовуєте в роботі з дітьми?

а) мультфільми;

б) новини;

в) телешоу (пізнавальні, пізнавально-розважальні тощо);

г) радіопередачі;

д) аудіоказки;

е) журнали, газети;

ж) реклама;

з) Ваш варіант _____

5. Які труднощі виникають у Вас у процесі використання медіапродукції? _____

6. Чи обговорюєте Ви з дитиною зміст сприйнятої медіапродукції?

7. На що Ви орієнтуєтеся під час вибору медіапродукції для дитини? _____

8. Чи контролюєте Ви медіаконтент, який споживає Ваша дитина? _____

Дякуємо за Ваші відповіді!

Комплекс діагностичних методик

Емоційно-мотиваційний критерій

«Улюблені справи»

Мета: виявити у дітей потребу у використанні медіапродукції у повсякденному житті.

Обладнання: аркуш протоколу дослідження, малюнки з підписами.

Інструкція до виконання: Вихователь пропонує дитині вирішити ситуацію: «Сьогодні четвер, а отже, скоро довгоочікувані вихідні. Подивись на картинки, подумай і обери серед них одну, на якій зображені найбільш привабливі та бажані для тебе заняття. Поясни свій вибір». Малюнки з підписами:

Серія 1. Прогулянка з батьками, дитячі атракціони, ласощі, допомога по дому.

Серія 2. Ігри з друзями, самостійна ігрова діяльність, перегляд телевізора, гра на комп'ютері, використання друкованих видань, ласощі.

Серія 3. Слухання радіо, читання (розглядання) друкованої медіапродукції, перегляд телевізора, ігри на планшеті.

Методичний коментар. Шкала оцінювання: 1 бал – дитина обирала серію зображень, на якому відсутні медіа; 2 бали – дитина зробила вибір на користь зображень, які передбачають і взаємодію з масмедіа й інші види діяльності; 3 бали – дитина обрала серію зображень, яка передбачає різні варіанти використання масмедіа. Сформованість зазначеного показника оцінювалася відповідними балами: Низький рівень прояву показника – 1 бал. Середній рівень прояву показника – 2 бали. Високий рівень прояву показника – 3 бали.

«Мій вибір»

Мета: виявити усвідомленість та вибірковість у процесі використання медіапродукції.

Обладнання: кольорові фішки, картинки з зображенням різної медіапродукції та масмедіа, протокольний бланк.

Інструкція до виконання. Дітям було роздано кольорові позначки (червоне, зелене та синє сердечка). Експериментатор пояснив значення кожного кольору. Червоне сердечко позначало самостійний, усвідомлений вибір медіапродукції різного типу та мотивів її використання. Вибір зеленого сердечка передбачав усвідомлений вибір медіапродукції на основі власних вподобань (зовнішня чи емоційна привабливість тощо). Проте, у виборі медіапродукції для використання діти орієнтувалися на її жанр та вид медіа, а зміст був другорядним, ситуативним. Відповідно, синім сердечком позначалась медіапродукція, яка використовується дитиною без усвідомлення мотиву у процесі її вибору або є вибором дорослих. Інструкція до дитини: «Згадай, які телепередачі, журнали, радіопередачі ти дивишся/читаєш/слухаєш. Чому (як) ти їх обираєш? Познач їх відповідним кольором. Поясни свій вибір».

Методичний коментар. Відповіді дітей оцінювалися в балах:

3 бали – дитина чітко, самостійно називала мотиви використання різних типів медіапродукції, логічно пояснюючи свої медіавподобання;

2 бали – відповідь не повна, міркування будуються, як правило, навколо змісту (сюжету) медіапродукції; пояснення вибору потребує уточнювальних запитань дорослого;

1 бал – дитина називає різну медіапродукцію, проте не пояснює мотив її використання; на додаткові питання не відповідає.

Максимальна кількість отриманих балів – 3. Сформованість зазначеного показника співвідносилася зі шкалою:

Низький рівень прояву показника – 1 бал.

Середній рівень прояву показника – 2 бали.

Високий рівень прояву показника – 3 бали.

Методика «Казка» (Н. Гуткіна)

Мета: з'ясувати домінуючий мотив в афективно-потребовій сфері; визначити емоційне ставлення в процесі використання медіапродукції.

Обладнання: іграшки, книга або аудіоказка, протокольний аркуш.

Інструкція до виконання. Дитині пропонується впродовж невеликого відрізка часу (біля 1 хв) розглянути іграшки, які розклав перед нею вихователь (кількість 10 – 11 шт.). Після цього пропонують їй прослухати казку. Під час читання твору, вихователь раптово зупиняється на найбільш цікавому сюжеті й запитує дитину, що хочеться найбільше: щоб читали казку далі або надати можливість погратися іграшками. У протоколі відмічається: а) просила дочитати казку; б) брала іграшки та гралася.

Змістовий критерій

«Світ медіа»

Мета: виявити на вербальному рівні наявність у дітей елементарних уявлень про медіапродукцію.

Обладнання: бланк із запитаннями.

Інструкція до виконання. Дитині ставилося декілька запитань.

1. Яку ти знаєш медіапродукцію?
2. Навіщо потрібна медіапродукція?
3. Що ти знаєш про радіо?
4. Що таке реклама? Навіщо потрібна реклама?
5. Назви професії людей, які працюють на телебаченні, радіо та у типографії.
6. Чим газета відрізняється від журналу?
7. Що показують по телебаченню? (кіно, мультфільми, передачі, рекламу, новини тощо).
8. Які телепередачі тобі подобаються найбільше? Чому?

Методичний коментар. Шкала оцінювання: 3 бали – розгорнута, повна відповідь; 2 бали – відповідь без пояснення; 1 бал – відповідь з підказкою (допомогою) вихователя. Максимальна кількість отриманих балів – 27.

Загальна кількість балів визначається сумою за всі запитання. Високий рівень фіксували, якщо дитина отримувала 20 балів і більше; середній рівень присвоювався дитині, якщо вона набирала 10 – 19 балів; низький рівень – 9 балів і менше. Сформованість зазначеного показника оцінювалася відповідними балами:

Низький рівень прояву показника – 1 бал.

Середній рівень прояву показника – 2 бали.

Високий рівень прояву показника – 3 бали.

«Обізнаний медіаспоживач»

Мета: визначення поінформованості дітей про правила використання медіапродукції.

Обладнання: бланк із запитаннями.

Інструкція до виконання. У ході інтерв'ювання дітям пропонується прослухати твердження, оцінити і дати відповідь «так» або «ні».

Методичний коментар. Експериментатор зачитував досліджуваному інструкцію та основний текст завдання, фіксував відповіді дитини. За кожну правильно відповідь дитина отримувала 1 бал.

Текст інструкції: «Зараз я зачитуватиму твердження, а ти маєш говорити «так» або «ні». А якщо ти вважаєш, що так робити правильно, то сповісти мене про це. Зрозуміло? Слухай перше твердження. А тепер наступне твердження».

№ з/п	Твердження	Так	Ні
1.	Дивитися телевізор весь день шкідливо для здоров'я.		
2.	Переглядати телепередачі дітям можна не більше 30 хвилин на день.		
3.	Можна використовувати будь-яку медіапродукцію, за власним бажанням.		
4.	Дивитися телевізор можна у темряві, лежачи й під час вживання їжі.		
5.	Коли граєшся іграшками або займаєшся, у кімнаті може працювати телевізор.		
6.	У батьків не обов'язково запитувати, що можна дивитися по телевізору.		
7.	Радіо можна вмикати без дозволу дорослих.		

8.	Щоб краще бачити, нахилийся близько до монітора (екрана), а щоб краще чути, роби звук голосно.		
9.	Читати, розглядати журнали та газети можна лежачи.		
10.	Можна не обмежувати час використання медіапродукції.		
11.	Після перегляду телепередач необхідно обговорювати їх з дорослими.		
12.	Відстань між очима та екраном має бути не менше ніж відстань витягнутої руки.		

Після проведення інтерв'ю, отримані дані обраховуються за допомогою ключів.

Стверджувальні відповіді (номер твердження): 1, 2, 5, 11, 12, 15.

Неправдиві (номер твердження): 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14.

Набрані дитиною бали відповідають певному рівню прояву показника. Так, якщо респондент отримав 1 – 4 бали, його віднесено до низького рівня. Якщо за результатами завдання отримано 5 – 10 балів, у підсумку дитина має середній рівень. Високий рівень прояву показника – 11-15 балів. Сформованість зазначеного показника оцінювалася відповідними балами:

Низький рівень прояву показника – 1 бал.

Середній рівень прояву показника – 2 бали.

Високий рівень прояву показника – 3 бали.

Максимальна кількість балів – 15 (15*1).

Практичний критерій

«Цікаві предмети»

Мета: визначити рівень зацікавленості дітей об'єктами масмедіа, дії, спрямовані на з'ясування інформації про медіа.

Обладнання: медіапродукція, протокольний аркуш.

Інструкція до виконання. У груповій кімнаті розміщуються предмети (іграшкові медіа – планшет, ноутбук, відеокамера, мікрофон, радіоприймач тощо; медіапродукція – диски з мультфільмами, музикою, журнали дитячі, газети, розмальовки, візитівки тощо). Вихователь спостерігав за тим, в якій мірі діти проявляли інтерес до того чи іншого об'єкта масмедіа (аудіовізуальні

медіа, візуальні та аудіальні), а потім пропонує дитині ставити будь-які запитання про предмети, які вона бачить. Передбачено певні критерії обробки запитань: широта охоплення предметів; кількість запитань; тип запитань (а) запитання, які мають на меті щось з'ясувати, встановити; б) запитання на з'ясування властивостей чи функцій предметів; в) запитання, які передбачають встановлення певної причини, тобто взаємозв'язку між предметами; г) судження, які містять у собі певний прогноз, передбачення використання предметів).

Методичний коментар. Після цього передбачається кількісний аналіз відповідей та встановлення їх переважаючого типу. Процедурою передбачено таку обробку результатів: 3 бали – дитина поставила понад 5 запитань усіх типів; 2 бали – дитина поставила 3 – 4 запитання всіх типів; 1 бал – дитина задає від 1 до 3 запитань; 0 балів – дитина не змогла поставити жодного запитання. Максимальна кількість отриманих балів – 3.

Сформованість зазначеного показника співвідносилася зі шкалою:

Низький рівень прояву показника – 1 бал.

Середній рівень прояву показника – 2 бали.

Високий рівень прояву показника – 3 бали.

Методика «Пізнайко»

Мета: визначити вміння отримувати знання про медіапродукцію.

Обладнання: анкета.

Інструкція до виконання: Раніше схарактеризовані нами методики передбачають лише безпосередній контакт окремо із дитиною. Здійснити опосередкований аналіз пізнавального інтересу старших дошкільників дозволяє метод анкетування, яке передбачає отримання відомостей про дитину одночасно від педагога та батьків.

Зміст запитань:

1. Чи часто дитина любить використовувати будь-яку медіапродукцію?
2. Чому надає перевагу дитина, коли їй пропонують різні види дозвілля?

3. Чи звертається до Вас дитина з проханням (запитанням) щось їй почитати, розказати або уточнити щодо медіапродукції? Як часто?

4. Чи завжди чекає відповідь на поставлене своє запитання?

5. Наскільки позитивно в емоційному плані дитина реагує на заняття, яке пов'язане з використанням медіапродукції?

Методика «Компетентні судді»

Мета: виявити у дітей старшого дошкільного віку здатність тривало, зосереджено використовувати медіапродукцію; вміння тривало, зосереджено використовувати медіапродукцію в різних видах діяльності.

Обладнання: бланк спостереження для вихователів та батьків.

Інструкція до виконання. Вихователі (заповнювали бланки стосовно кожної дитини в групі) та батьки дітей, які беруть участь в експерименті (один із батьків заповнював бланк стосовно своєї дитини) заповнювали заздалегідь підготовлені бланки спостережень.

Методичний коментар. У ході спостереження увага була звернена також на такі питання, як:

– Чи проявляють діти інтерес до медіапродукції, традиційних масмедіа?

– Чи ставлять діти запитання до вихователя про джерела і способи отримання інформації, медіапродукцію?

– Які емоційні прояви, пов'язані з інтересом до медіапродукції, масмедіа?

– Чи використовують діти отриману інформацію в інших видах діяльності?

Шкала оцінювання: 1 бал – дитина не дотримується культури використання медіапродукції у повсякденному житті; 2 бали – рідко дотримується правил культурного використання медіапродукції; 3 бали – дитина часто або завжди виявляє основи культури використання медіапродукції.

За результатами спостереження за поведінкою дітей, їх було розподілено за рівнями прояву показника: низький рівень прояву показника – 1 бал; середній – 2 бали; високий – 3 бали.

Бланк спостереження «Компетентні судді»

Прізвище, ім'я дитини _____

Ступінь прояву	Характеристика
Емоційні прояви	
3 бали	Яскраво виражає емоційно позитивне ставлення до медіазасобів і медіапродукції; показує захопленість, емоційний підйом, виразність мови і міміки у ситуаціях використання медіапродукції.
2 бали	Виявляє емоційно позитивне ставлення до окремих медіазасобів та медіапродукції, проявляє вибіркочу захопленість ними, що супроводжується емоційною активністю (підстрибування, оплески тощо).
1 бал	Демонструє байдуже ставлення до медіазасобів і медіапродукції; не виявляє інтересу до використання медіапродукції в своїй діяльності.
Пізнавальна активність	
3 бали	Виявляє допитливість і стійкий інтерес до медіазасобів, медіапродукції; мотиви споживання інформації різноманітні, але переважно пізнавальні; ставить багато питань з метою розширення уявлень щодо використання медіапродукції, систематично демонструє отримані в процесі медіаспоживання знання або поведінку в різних видах діяльності.
2 бали	Виявляє цікавість до деяких видів медіапродукції та медіазасобів, інтерес до медіа нестійкий, ситуативний; мотиви споживання або використання медіа, в основному, розважальні, епізодично ставить запитання до дорослих щодо спожитого медіаконтенту, у різних видах діяльності демонструє поведінку або повідомляє інформацію, яку транслюють улюблені медіагерої.
1 бал	Не проявляє зацікавленості медіазасобами, практично не ставить питань у ситуаціях медіаспоживання, відображає побачене/почуте з масмедіа в інших видах діяльності лише за вказівкою дорослого
Вольові зусилля	

3 бали	Здатний до тривалого зосередження в діяльності, не відволікається, впевнений в своїх силах, прагне самостійно подолати труднощі
2 бали	Зосереджений в діяльності, бувають поодинокі відволікання, не завжди впевнений в своїх силах, утруднення долає при спонуканні дорослого.
1 бал	Показує слабку зосередженість в діяльності, часто відволікається, проявляє невпевненість в своїх силах, долає труднощі за допомогою педагога.

Додаток Г

Факультативний курс для дітей старшого дошкільного віку «Діти у світі медіа»

Мета програми: ознайомлення дітей на пропедевтичному рівні з основними поняттями у галузі масмедіа, виховання пізнавального інтересу до медіапродукції.

Програма розрахована на співпрацю педагогів, батьків та вихованців закладів дошкільної освіти. Вона ґрунтується на засадах особистісно-зорієнтованого і компетентнісного підходів, що зумовлює чітке визначення результативної складової засвоєння її змісту – підготовка дитини на базі системи цінностей до використання медіапродукції, що у свою чергу дозволить сформувати стійкий імунітет до маніпулювання з боку масмедіа, а, по-друге, на виховання такого споживача медіапродукції, котрий міг би ефективно задовольняти свої інтереси, безпечно її використовуючи.

Програма враховує зміст Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, вимоги БКДО з підготовки медіаграмотної особистості та є пропедевтичним курсом із формування у дітей старшого дошкільного віку початкових уявлень у галузі масмедіа через систему практичних завдань, які сприятимуть формуванню інформаційно-комунікаційного, соціально-культурного, ціннісно-орієнтаційного аспектів розвитку дитини.

Програма призначена для роботи у закладах дошкільної освіти в межах варіативної складової програм навчання, виховання та розвитку дітей дошкільного віку, а також її можна використати і для гурткової форми роботи. Вона враховує чотири основні види діяльності дітей: 1) отримання знань про кожний вид масмедіа, його специфіку; 2) формування навичок сприйняття

медіапродукції; 3) інтерпретацію результатів сприйняття, морально-етичну, естетичну оцінку побаченого, почутого; 4) творчу діяльність, яка заснована на використанні та створенні різної медіапродукції.

Програма побудована лінійно-концентрично. Зміст понять поступово розширюється і доповнюється. Концентричність передбачає ознайомлення дітей з основами аналізу медіапродукції і поступове розширення та поглиблення цих умінь протягом року. Лінійність має за мету подання медіаповідомлень створених різними видами масмедіа. Інформація про засоби масової комунікації, їх вплив на формування особистості розширюється і доповнюється протягом року. Таким чином забезпечується поступове нарощування складності матеріалу, його актуалізація, повторення, закріплення, що сприяє формуванню медіаграмотності.

Загальні програмові завдання:

- ознайомлення з поняттям та видами засобів масової інформації та їх значенням у житті людей;
- формування початкових навичок сприйняття, аналізу та інтерпретації медіатекстів;
- розвиток основ критичного мислення та свідомого ставлення до медіапродукції;
- формування здатності орієнтуватися у видах медіапродукції з метою задоволення різних мотивів її використання та врахуванням інформаційних запитів;
- розвиток творчого потенціалу у напрямі створення власних медіатекстів, творчого сприймання і перетворення медіатекстів;
- вироблення потреби в дотриманні правил культурного використання медіапродукції;
- ознайомлення та засвоєння правил використання медіапродукції, що убезпечують від негативного її впливу.

Зміст навчального матеріалу та очікувані результати

Розділ 1. Маленький медіаспоживач

Зміст	Значення медіапродукції у житті людини: для отримання та передачі знань, для спілкування тощо. Мотиви використання медіапродукції.
Вміння та навички дітей	<ul style="list-style-type: none"> – визначають роль медіапродукції в житті людей; – усвідомлюють, що необхідно обирати медіапродукцію відповідно до інформаційної потреби; – розуміють, що різні види медіапродукції виконують різні функції (пізнавальна, релаксаційна, розважальна тощо).
Розділ 2. Світ медіа	
Зміст	<p>Поняття «засоби масової інформації» та їх види. Світ медіа – світ інформації, в якому є люди, які користуються інформацією та люди, що за допомогою різних засобів створюють, переробляють, розповсюджують її. Класифікація масмедіа: візуальні, аудіо та аудіовізуальні.</p> <p><i>Практична робота:</i> створення інтелектуальної карти «Світ медіа».</p>
Вміння та навички дітей	<ul style="list-style-type: none"> – мають поняття про засоби масової інформації та їх значення в житті людини; – розпізнають види (фотографія, кіно, ТБ, інтернет); жанри (розважальні, освітні, спортивні, художні тощо) засобів масової інформації; – розрізняють види інформації за органами її сприйняття; – розуміють, з якою метою масмедіа розповсюджують інформацію.
Розділ 3. Візуальна медіапродукція	
Зміст	<p>Книга – джерело знань. Історія виникнення книги. Структура книжки. Інформація, яку несуть книжки читачеві. Види книжок. Періодичні друковані видання: види, створення, особливості. Відмінності періодичних видань від книг: особливості текстів у ЗМІ, значення заголовків; факти та судження в інформаційних повідомленнях. Фотографія – джерело інформації. Види і жанри фотографій (пейзаж, натюрморт, портрет, жанровий знімок).</p> <p><i>Практична робота:</i> групова робота щодо створення книжок, які містять різну інформацію (казки, загадки, довідник, словник тощо).</p> <p>Створення номеру газети групи: написання заміток, підбір заголовків, інтерв'ю, доповнення тематичними фотографіями.</p> <p>Складання історій за серією фотокарток.</p>
Вміння та навички дітей	<ul style="list-style-type: none"> – мають елементарні уявлення про історію виникнення книги; – орієнтуються у структурі книги; – мають уявлення про різні літературні жанри; – мають уявлення про процес створення номеру газети та журналу; – називають професії людей, які створюють газети та журнали (репортер, художник, редактор, фотограф); – розуміють різницю між періодичними виданнями та книгою; – вміють співвідносити заголовок зі змістом статей; – вміють самостійно ілюструвати текст, підкреслюючи малюнком його головну думку. – розуміють значення вислову «рубрика газети» та додають потрібну інформацію; – мають уявлення про інтерв'ю. – мають уявлення про призначення фотографій; – вміють описувати сюжет фотографій; – вміють складати історії за поданим планом, описувати героїв.
Розділ 4. Радіо як засіб масової інформації	

Зміст	<p>Радіо – засіб передачі інформації. Види радіопередач: музичні, інформаційні, дитячі радіопередачі, аудіоказки. Професія – радіодиктор. Засоби впливу на радіослухачів (передача емоцій через інтонацію, тембр).</p> <p><i>Практична робота:</i> гра «Кращий диктор»</p> <p>«На радіостудії» – складання та запис аудіотекстів (новини, цікавинки, гуморески, казки тощо).</p>
Вміння та навички дітей	<ul style="list-style-type: none"> – розрізняють формати радіопередач, розуміють яку інформацію можна отримати з певної радіопередачі; – вміють передавати інформацію з потрібною інтонацією та за допомогою педагога робити аудіозапис.
Розділ 5. Загадковий світ телебачення	
Зміст	<p>Види телевізійних програм (новинні, розважальні, ігрові, культурно-просвітницькі, спортивні, дитячі тощо). Професії людей, які працюють на телебаченні (журналіст, оператор, режисер, ведучий, гример, репортер, актор тощо). Телепозначки.</p> <p><i>Практична робота:</i> перегляд фрагментів мультфільмів та їх аналіз. Диспут «Чи можна наслідувати поведінку медіаперсонажів у реальному житті».</p>
Вміння та навички дітей	<ul style="list-style-type: none"> – знають і розрізняють види телевізійних передач; – розуміють, яку інформацію можна отримати з певної телепередачі; – називають професії, пов’язані з телебаченням, кінематографом; – вміють аналізувати поведінку мультгероїв; – вміють оцінювати власні вчинки та дії, які копіюють поведінку мультгероїв.
Розділ 6. Культура використання медіапродукції	
Зміст	<p>Правила безпечного використання медіапродукції. Вплив медіапродукції на дітей. Медіазамінники.</p> <p><i>Практична робота</i></p> <p>Презентація улюбленої медіапродукції. Її недоліки та переваги – розповідь про улюблену медіапродукцію; аналіз її змісту; які якості вона формує та розвиває; її переваги та недоліки.</p> <p>Складання мнемолінійок на медіаосвітню тематику.</p>
Вміння та навички дітей	<ul style="list-style-type: none"> – знають правила безпечного використання медіапродукції; – оцінюють себе з позиції відповідальності за процес використання медіапродукції; – вміють знайти альтернативу медіаспоживанню під час організації дозвілля; – знають про вплив медіапродукції на людину; – вміють пояснити власні думки та почуття після медіаспоживання; – виявляють бажання обговорити сприйнятий медіаконтент; – оцінюють правила безпечної взаємодії з масмедіа на прикладі чужих помилок.
Розділ 7. Реклама	
Зміст	<p>Реклама – спосіб інформування споживача. Створення реклами. Вплив реклами на поведінку людини (купуй, їж, пий, дивись, слухай тощо).</p> <p><i>Практична робота</i></p> <p>Аналіз рекламного продукту.</p> <p>Створення реклами (малюнок + слоган): вибір об’єкту для реклами (правильне харчування, спорт, книга тощо); аналіз якостей об’єкту, які допоможуть створити рекламу; складання плану; створення сюжету: малюнок; складання мотивуючого слогану.</p>

Вміння та навички дітей	<ul style="list-style-type: none">– мають уявлення про значення реклами;– розрізняють призначення реклами;– розуміють, що реклама впливає на поведінку людини;– володіють навичками елементарного аналізу рекламної продукції.– вміють створювати рекламу за поданим планом.
-------------------------	--

Щоденник медіаспоживача (фрагмент)



МОЇ ПОЧУТТЯ

Запиши, які почуття виникали в тебе протягом читання різних частин історії



цікавість



сум



нудьга



стурбованість



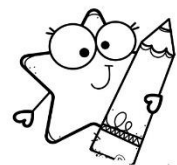
щастя



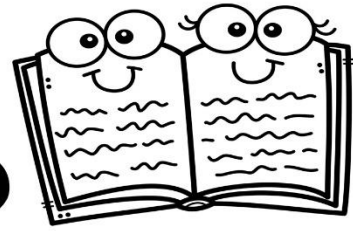
злість

	я відчував(-ла)	Чому?
Початок		<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Середина		<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Кінцівка		<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

Я оцінюю цю історію ☆ ☆ ☆ ☆ ☆



АНАЛІЗ ПРОСЛУХАНОГО



Сьогодні я слухав(-ла) _____

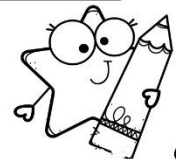
Обведи слова, що описують цю передачу

<i>цікава</i>	<i>страшна</i>	<i>повчальна</i>
<i>нудна</i>	<i>смішна</i>	<i>пізнавальна</i>
<i>захоплююча</i>	<i>незрозуміла</i>	<i>реалістична</i>

Одним реченням розкажи, про що передача

Що найбільше тобі в ній сподобалось?

Я оцінюю передачу ☆☆☆☆☆



ОХАРАКТЕРИЗУЙ ГЕРОЯ



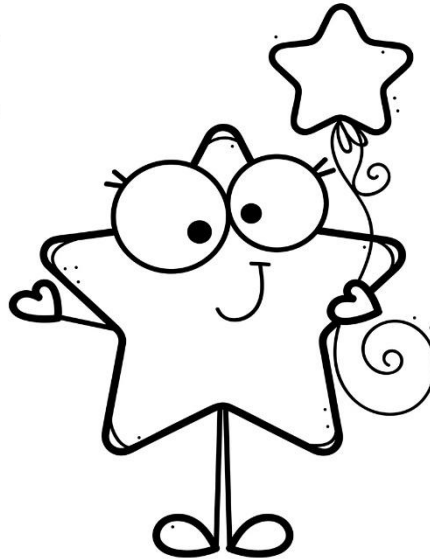
Зовнішність
(як виглядає?)

**Хто головний
герой?**

Особистість
(опиши характер, поведінку)

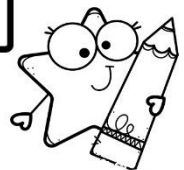
Вчинки героя

Якби я був на місці героя...

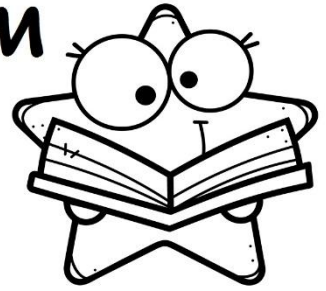


Чим займався головний герой?

Намалюй героя



Мультфільм



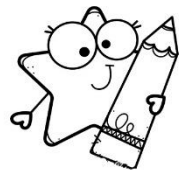
Назва _____

Де та коли відбувається подія?

Герої:

Тема

Чого нас вчить цей мультфільм ?



СЮЖЕТ

Назва _____

<i>Незрозумілі слова</i>	<i>Пояснення</i>
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Вигадка чи реальність?

Чому? _____

Жанр _____

Точка зору

Персонаж з історії

Оповідач

Розташування

Де, загалом, відбуваються події?

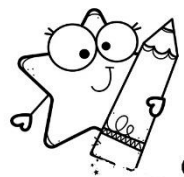
Персонажі

Назви 2 їхні характерні риси

Чим ти схожий(-жа) з головним героєм?

Чим відрізняєтесь?

**Що б ти порадив
героям цієї історії?**



**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.

Хід

I. Привітання та 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, наскільки 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'єднуємось 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.

Заняття «Щоб малята більше знали – є газети і журнали»

Тема: Дитячі періодичні видання (газети, журнали)

Мета: практичне ознайомлення дітей із поняттям «рубрика». Розвиток умінь працювати з дитячими періодичними виданнями.

Обладнання: ноутбук чи комп'ютер з підключенням до мережі Інтернет, екран, проектор, колонки; мультимедійна презентація, роздатковий матеріал (конверти з завданням для груп; дитячі журнали і газети).

Хід

Вихователь: Доброго дня, діти! (слайд 1). Сьогодні у нас незвичайне заняття, тому що я запрошую вас у захоплюючу віртуальну подорож до таємничої Країни. Ні, це не казковий світ у тридев'ятому царстві. Місце, куди я вас запрошую, називається – ПЕРІОДИКА. (слайд 2)

– Діти, це слово вже відоме для вас. Давайте згадаємо, що воно означає (відповіді дітей). Так, періодика – це друковані видання, тобто газети і журнали. Саме з них ми дізнаємося про новини та отримуємо відповіді на цікаві для нас питання. А називають їх періодикою, тому що вони виходять із друку *періодично*, через певні проміжки часу. Деякі газети – щодня, інші – раз на тиждень, а журнали – переважно один раз на місяць. Давайте пригадаємо, чим іще газети відрізняються від журналів? Тим, що у газет, на відміну від журналів, немає обкладинки, бо вони починаються з титульної сторінки.

Відкрию вам секрет: щоб наш потяг вирушив у дорогу, і ми змогли здійснити цю незвичайну мандрівку, необхідно виконати одну умову, а саме – згадати ваші улюблені періодичні видання, сказати, як вони називаються і про що в них розповідається (відповіді дітей).

Ви впоралися з завданням, і, щоб дізнатися більше про мешканців чарівної країни Періодика, вирушаємо в дорогу.

Організаційний момент

Сідайте зручніше у свої «вагони» і будьте уважними. (слайд 3)

Вивчення нового матеріалу.

Перша зупинка «Газета» (слайд 4)

Ось і наша перша зупинка. Давайте дізнаємось дещо цікаве про газети, які, виявляються, мають свою історію. Давним-давно існувала монета, яка називалась вона «гадзета» (слайд 5). За цю монетку можна було купити аркуш паперу з новинами. Листок у ті часи не друкували, як зараз, а писали від руки. Звідси і пішла назва. Отже, сучасна **газета** – це періодичне, друковане видання, яке містить різноманітні матеріали про поточні події і виходить через короткі проміжки часу.

На першій сторінці газети завжди є її назва, номер, дата її виходу. А ще слід знати, що газети друкують як для дорослих, так і для дітей.

Пропоную вам ознайомитись із дуже цікавим виданням – «Газета Кота Копейкіна». На титульній сторінці зазначено, що це всеукраїнська пізнавально-розважальна газета для дітей (слайд 6). Давайте подивимося рубрики (слайд 7). Рубрика – це розділ у журналі чи газеті, який виділяють іншим кольором, лініями або ж розміщують на окремій сторінці. Рубрики мають свої назви. Ось, наприклад, у нашій газеті рубрика «Вчимося разом», яка розташована на першій сторінці, розповідає про геометричні фігури. На наступній сторінці знаходиться рубрика «Веселі головоломки». Далі газета містить рубрику «Подорожуємо світом», у якій розповідається про захоплюючу «Подорож до льодовиків». Інша сторінка розкаже нам про історію свята, потім зупинимося на «Веселих головоломках». У рубриці «Умілі ручки» дізнаємось, як зробити жабку-квакушку, далі «Читаємо разом» про вередливу Кішку. Хочете дізнатися про дивовижні істоти – читайте рубрику «Най-най» і «Веселі головоломки». Діти, а чи любляєте ви малювати? Тоді рубрика «Намалюйка» – для вас. Є в газеті і «Сторінка для дорослих», вона містить матеріали для ваших батьків. І на останній сторінці – знову «Зимові головоломки». Рушаємо далі! (слайд 8). Але, як бачите наш потяг їде поволі, не має належної швидкості. Давайте допоможемо йому розігнатись. Отже, приготували ручки, поїхали.

Діти «розганяють» потяг – рухлива хвилинка.

Друга зупинка «Журнал» (слайд 9)

Іншим поширеним друкованим періодичним виданням є журнал. Це слово спочатку означало «щоденник». Існує дуже багато дитячих журналів. Вони бувають розважальні, пізнавальні. Якщо в журналі комікси, кросворди, загадки – який це журнал? (розважальний). Якщо ви, читаючи журнал, дізнаєтеся про тварин, про природу, про різні країни і народи? (пізнавальний). Часто вже за назвою ми можемо визначити тему журналу.

У нашій групі багато цікавих дитячих журналів. Давайте разом подивимося (*діти гортають заздалегідь розкладені журнали*). Зверніть увагу на цей – «Маленька Фея та сім гномів». Маленька фея товаришує з сімома допитливими гномами та з вами, читачами. Кожен гном веде свою рубрику. Є тут і «Логічні Ігри» від Ласуна, і «Завдання на розвиток пам'яті» від Буркутуна, і «Математика» від Веселуна. А ще – пісеньки, віршики, лабіринти, цікаві казочки та майстер-класи. Усього просто не перерахуєш!

А цей журнал має назву «Маленький розумник». У ньому ігри, казки та цікаві розвиваючі завдання спеціально розроблені для хлопчиків! Із машинами, літаками, потягами, кораблями та іншими хлопчачими речами. У кожному номері іграшка та цікаві саморобки, ігри у дослідників, пілотів, космонавтів, мандрівників тощо.

– Всі журнали мають назву, номер, рік видання і обов'язково рубрики. Поїхали до наступної зупинки! (слайд 10)

Фізкультхвилинка (слайди 11) (діти разом із вихователем повторюють рухи героїв мультфільмів на слайді).

Контроль засвоєння нових знань

Третя зупинка «Ігрова» (слайд 12)

Давайте пограємо з героями мультфільму «Маша та Ведмідь». Вони підготували для вас запитання.

1. Яким одним словом можна назвати газети і журнали? (Періодика)
2. Чим відрізняється журнал від газети? (Титульною сторінкою,

періодичністю видання)

3. Із чого починається журнал? (з обкладинки)

4. Про що можна дізнатися з обкладинки журналу? (Назва, номер, рік, для якого віку)

5. Назвіть дитячі журнали, які вам відомі.

6. Які газети ви знаєте?

Діти, ви добре попрацювали. Але, час нашої подорожі закінчується і ми повертаємось додому. Сподіваюсь, що вам було цікаво. Давайте зробимо разом (намалюємо) пам'ятку «Як читати журнал і газету».

Адвент календар для батьків
Дошкільники в світі медіа

Ранок: 1	Ранок: 2	Ранок: 3	Ранок: 4	Ранок: 5	Ранок: 6	Ранок: 7
Говоримо на тему «Новини в нашому житті»; перегляд новин на різних телеканалах, їх обговорення.						
Перегляд м/ф «Фіксики», серія «Телевізор»; гра «Що розповідає людям телевізор».	День:	День:	День:	День:	День:	День:
Творче завдання (малювання) «Звідки я знаю інформацію?».	Вечір:	Вечір:	Вечір:	Вечір:	Вечір:	Вечір:



План освітнього проекту «Дитяча журналістика»

Вересень

Тема 1. «Хто що робить?». «Праця дорослих». Бесіда про професії. Що таке творчість? Творчі професії (мультиплікатор, музикант, журналіст, письменник, художник та інші).

Тема 2. Журналіст – професія творча. Знайомство з професією журналіста. Ознайомлення з картками-символами для проведення репортажу по темі «Професії».

Жовтень

Тема 1. Які предмети роблять життя журналіста зручним? Робота з технічними засобами: магнітофоном, мікрофоном, відеокамерою, техніка фотографій.

Тема 2. Виготовлення атрибутів з покидькового матеріалу до сюжетно-рольової гри «Ми-журналісти».

Листопад

Тема 1. Екскурсія в друкарню. Малювання «Що мені запам'яталось».

Тема 2. Ознайомлення з картками-схемами для проведення репортажу по темі «Пори року». Репортаж «Улюблена пора року».

Грудень

Тема 1. Знайомство з газетою. Розгляд дитячої сторінки в місцевій газеті. Про що можна дізнатися за заголовком?

Тема 2. Сюжетно-рольова гра «Журналісти». Репортаж «Новорічні свята в нашому садочку».

Січень

Тема 1. Виготовлення, атрибутів з покидькового матеріалу для сюжетно-рольової гри «Ми – журналісти».

Тема 2. Екскурсія до місцевої телекомпанії.

Лютий

Тема 1. Репортаж про цікаву подію. Оформлення газети «Зимові розваги».

Тема 2. Робота в телестудії. Комунікативні ігри. Гра «Звукооператор».

Березень

Тема 1. Оформлення газети чи журналу «Моя матуся – найкраща!» до свята 8 Березня.

Тема 2. Сюжетно-рольова гра «Ми-журналісти». Інтерв'ю на кондитерській фабриці «Смакота».

Квітень

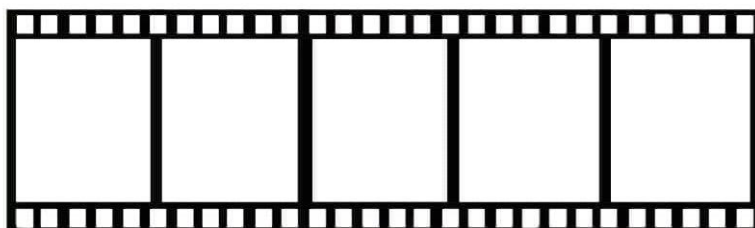
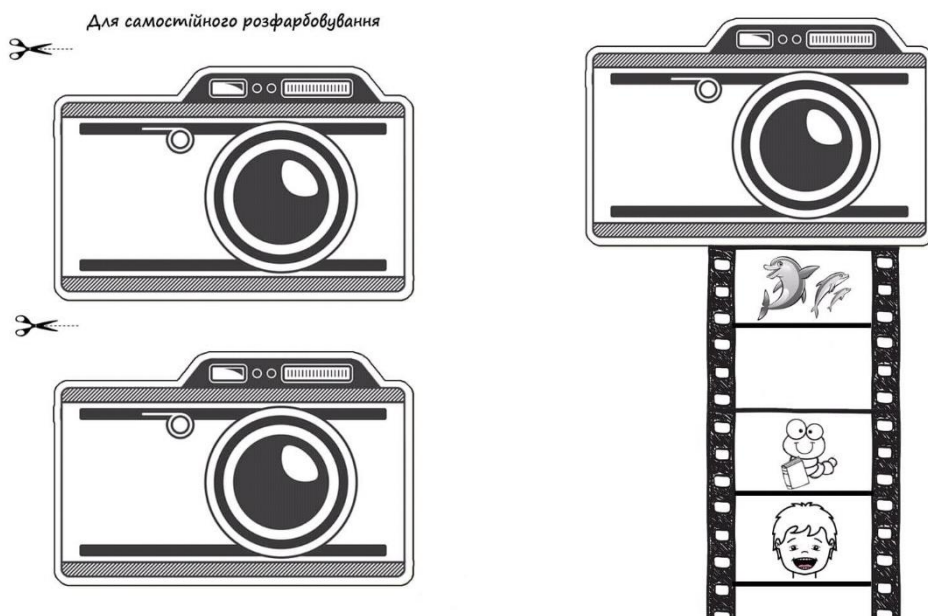
Тема 1. Інтерв'ю з казковим героєм. Складання розповідей за серією картин.

Тема 2. Гра «Дружнє інтерв'ю».

Травень

Тема 1. Колективне створення коміксу «Дитячі пригоди у світі книжок».

Тема 2. Підсумкове ігрове заняття.



Дидактичні ігри**«Добре і погано»**

Мета: закріпити уявлення про позитивні і негативні сторони масмедіа, розвивати вміння критично і самостійно ставитися до них.

Методичні вказівки: якщо грає декілька людей, то після виконання завдання відповіді гравців порівнюються і обговорюються. Виграє той, чий відповіді виявилися повними і оригінальними. Для проведення цієї гри потрібно підготувати кольорові фішки для позначення позитивних (фішка жовтого кольору) і негативних (фішка червоного кольору) сторін впливу медіа (кіно, телебачення, радіо тощо).

Наприклад, до позитивних сторін масмедіа дітьми можуть бути віднесені наступні висловлювання: «Телебачення допомагає в навчанні», «За допомогою масмедіа ми дізнаємося багато нового», «По телевізору показують веселі програми, від яких піднімається настрій» та інше. А ось приклад опису негативних сторін медіа: «Якщо довго дивитися телевізор, можна зіпсувати зір», «Якщо показують страшний фільм, то потім важко заснути» тощо.

«Що для чого»

Мета: розвивати уміння інтерпретувати смисловий зміст екранного медіатексту.

Методичні вказівки. Виконуючи це завдання, гравцям потрібно розташувати картинки в певній послідовності (відповідно до розвитку конкретного екранного образу). Як приклад розглянемо це завдання на матеріалі мультиплікаційного фільму «Снігуронька». Ігрова ситуація тут може бути запропонована наступна: «Стали дід та баба згадувати, що ж сталося з ними і з їх онучкою Снігуронькою. Але раптом налетів вітер, переплутав всі картинки. Розкладіть їх, будь ласка, по порядку». Діти, виконуючи це завдання, відновлюють хід подій і, одночасно з цим, переказуючи казку, згадують моменти, які найбільш запам'яталися.

«Аргумент»

Мета: вчити дітей аргументувати свою думку щодо використання медіапродукції.

Методичні вказівки. Вихователь нагадує дітям, що аргумент – це твердження, за допомогою якого людина обґрунтовує певну думку з метою переконати когось іншого. Щоб правильно аргументувати треба обов'язково звертати увагу на три складові: теза – докази – висновок. Наприклад: теза (що?) «Дивитися мультфільми корисно» – докази (чому?) «У мультфільмах є повчальна інформація» – висновок (що тепер?) «Мультфільми навчають як бути хорошою людиною».

«Передбачення»

Мета: вчити дітей висловлювати припущення.

Методичні вказівки. Діти мають зробити власні припущення щодо теми та з'ясувати, що вони знають з цього приводу. З метою активізації дітей можна поставити декілька допоміжних запитань: «Що, на вашу думку, зображено на картинці?», «Яка тема нашого заняття (бесіди, перегляду)?», «Що ви чули про це? тощо.

«Куб кидай – відповідай»

Мета: розвиток основ критичного мислення; формування вмінь зв'язно висловлюватися; розвиток умінь розгорнуто відповідати на запитання.

Методичні вказівки. Опиши (Який за кольором, розміром, формою?), порівняй (На що це схоже? Від чого відрізняється?), встанови асоціації (Про що змушує подумати? Що спадає на думку?), проаналізуй (Скажи, яким чином це зроблено? З чого складається?), розкажи про застосування (Яким чином це можна використати?), вислови своє ставлення (запропонуй аргументи «за» або «проти» цього).

«Поглиначі часу»

Мета: розвиток умінь обґрунтовано висловлюватися.

Методичні вказівки. Знайди на малюнках і обведи «поглиначі часу», поясни свій вибір.

«Цікавий кадр»

Мета: розвиток умінь аналізувати, аргументовано висловлюватися.

Методичні вказівки. Вихователь пропонує дітям уважно розглянути зображення, поміркувати та дати відповіді на запитання. Наприклад: Як мультфільми, кадри з яких ви переглядаєте, пов'язані з числами? Поясніть, які кадри з відомих мультфільмів спонукають до здорового харчування, а які – ні. Чому?

«Гроно»

Мета: формування вмінь встановлювати зв'язки між поняттями.

Методичні вказівки. Педагог пропонує дітям обрати ключове слово і називати слова й словосполучення слів, які спадають на думку з обраної теми. Далі просить установити зв'язки між написаними поняттями. Для полегшення складання грона можна пропонувати дітям різноманітні картинки, що відображатимуть зміст асоціацій.

Наприклад, фрагмент грона до слова «мультфільм».



«Завжди є вибір»

Мета: розвиток умінь передбачати результати або наслідки прийнятого рішення, аналізувати його та робити висновки. Формування вмінь зв'язно висловлюватися.

Методичні вказівки. Вихователь пропонує пригадати дітям фрагмент казки, мультфільма, передачі тощо. Наприклад, казка «Червоний Капелюшок». Потім вихователь ставить запитання й обговорює з дітьми вибір

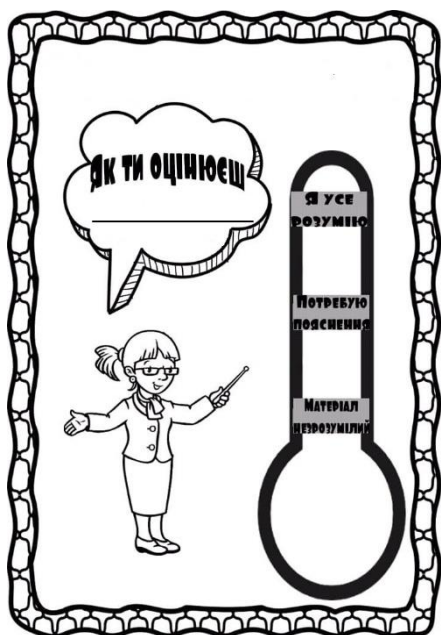
головної героїні казки. На наступному етапі пропонує своїми словами сформулювати висновок: «Кожне рішення має свої результати або наслідки». Орієнтовні запитання для обговорення: Який вибір мала Червоний Капелюшок, коли зустріла вовка? Який вибір зробила дівчинка? Які наслідки мав вибір головної героїні казки? Яке це рішення: правильне чи неправильне? Як би вчинив/вчинила ти? Як варто було вчинити? тощо.

«Новина»

Мета: розширити уявлення дітей про технологію створення новини, розвивати основи критичного мислення, креативність, вміння створювати власні новинні медіатексти.

Методичні вказівки. Вихователь нагадує дітям, що газета – це друковане видання, в якому основна увага приділяється новинам. Проблемні запитання до дітей: що таке новина? Для кого створюються новини? Для скількох людей? Хто є читачем газети? тощо. У процесі обговорення дійти висновків: новина – це нова та важлива інформація для певної групи людей. Журналісти шукають новини, які будуть цікаві їхнім читачам. Про правила створення новини допоможе дізнатися фрагмент мультфільму «Слоненя» за казкою Р. Кіплінга (пісенька слоненяти про найкращих друзів-запитань). Тож, будь-яка новина відповідає на декілька питань: Хто? Що? Де? Коли? Як? Чому?.

Після пояснення вихователь пропонує дітям створити власні новини.



«Поміркуй»

Проект «Поговоримо про телебачення»

Тема 1. Про що розповідає блакитний екран? Які бувають фільми і телевізійні передачі? (про життя людей, тварин, природу тощо). Телебачення, радіо, театр і кіно: спільне та відмінне. Перегляд фрагментів мультиплікаційних і художньо-ігрових фільмів, телевізійних передач.

Завдання:

1. З'ясувати і систематизувати уявлення дітей про блакитний екран, його особливості.
2. Дати уявлення про різні типи інформації, з якою діти знайомляться за допомогою телебачення.
3. Виявити корисне і шкідливе у використанні телебачення.
4. Вчити проводити аналогії, розвивати логічне мислення.
5. Спонукаати дітей висловлювати свої судження з приводу побаченого, ділитися своїми почуттями, настроєм.

Творчі завдання

1. Дидактична гра «Добре – погано» Телевізор вдома: добре це чи погано?
2. Дидактична гра «Якби раптом не стало телевізорів, як би люди тоді стали жити?».
3. Прочитати казку Г.Х. Андерсена «Дівчинка, що наступила на хліб». Подивися мультиплікаційний фільм – екранізацію «Історія про дівчинку, яка наступила на хліб». Порівняти твори, знайти схожість і відмінність.
 - Який настрій виник у вас після перегляду мультфільму?
 - Які почуття ви переживали?
 - Порівняйте свої почуття і настрої після прочитання казки і перегляду фільму? Чи відрізняються вони?
 - Як ви думаєте, чому настрій від фільму і від казки у вас різний?

Тема 2. Які бувають телевізійні канали? Які з них ви дивитеся найчастіше? Екскурсія на телерадіокомпанію.

Завдання:

1. Уточнити знання дітей про канали телебачення.
2. Ознайомити з професіями людей, які беруть участь у зйомках передач (звукорежисера, оператора та ін.)
3. Дати уявлення про засоби виразності телебачення (кадр, план, ракурс, монтаж, колір, звук, рух).
4. З'ясувати, які фільми, передачі найбільше дивляться і люблять діти.
5. Виховувати сміливість у відстоюванні своєї думки, незалежність суджень.

Тема 3. Як ми дізнаємося про потрібні нам передачі, які показують по телебаченню? Програма телебачення. Як планувати свої перегляди? Норми перегляду.

Завдання:

1. Формувати навички користування телевізійною програмою.
2. Розвивати вміння планувати перегляд потрібних і цікавих передач на наступний день (тиждень).
3. Дати уявлення про норми телеперегляду.

Творчі завдання

- Як ви проводите свій вільний час?
- Чому б хотілося віддавати більше часу?
- Чи любите дивитися телевізор?
- Які фільми і передачі ви дивилися останнім часом (вчора, на цьому тижні)?
- Які телевізійні передачі ви дивитесь регулярно?
- Як дізнатися про фільми і передачі, які показують по телебаченню?
- Як спланувати свій день, щоб встигнути допомогти мамі, погуляти, подивитися цікаві передачі?

Візьми програму телебачення на тиждень. Прочитай її з батьками. Які передачі тобі хотілося б подивитися? Відзнач їх. Сплануй свої телевізійні перегляди на наступний тиждень.

Подивися три мультфільми поспіль. Спробуй переказати один з них. Чому не вийшло? Скільки часу можна дивитися телевизор?

Тема 4. Як розібратися в фільмі або передачі? Характеристика героя (поведінка, вчинки, характер), сюжет фільму.

Завдання:

1. Дати уявлення про вигаданий світ телебачення, який не слід сприймати як життєву правду.

2. Формувати навички спілкування з приводу телевізійних передач і їх оцінки.

3. Розвивати мовлення, збагачувати словниковий запас.

4. Розвивати здатність до рефлексії.

Творчі завдання

Що може бути з героєм, якщо ці події відбудуться в реальному житті?

Вправа «Я хочу бути як ...».

Тема 5. Про що розповідають улюблені мультфільми? Що відбувається в фільмі? Про що розповідає фільм? Загальний настрій фільму. Перегляд фрагментів улюблених фільмів.

Завдання:

1. Формувати інтерес до світу мультиплікації.

2. Допомогти оволодіти вмінням ставити запитання, вправлятися в оцінці вчинків телегероїв.

Творчі завдання

Назви свої улюблені мультфільми. Про що вони?

Назви своїх улюблених героїв мультфільмів. Опиши, як вони виглядають.

Назви героя мультфільму, на якого хочеш бути схожим.

Які вчинки героїв мультфільмів тобі найбільше запам'яталися? Які почуття викликають у тебе ці герої?

Намалюй улюбленого героя мультфільму.

Вікторина «Вгадай, з якого фільму герой?»

Дидактичні ігри: «Правда-неправда», «Сходинки доброти», «Вгадай, хто це», «Порівняй героїв мультфільмів», «Напиши листа».

Придумай свою історію і створи власний мультфільм.

Порівняй героїв мультфільмів. Які риси характеру у казкових героїв – Буратіно, Баби Яги, Колобка, Кота в Чоботях, Карабаса-Барабаса, Сірого Вовка та ін.?. Дітям задають питання: якими якостями володіють названі герої? За якими вчинками можна визначити це? Чим вони відрізняються один від одного?.

Напиши лист

Дітям пропонується написати лист одному з героїв мультфільму. У ньому він повинен висловити своє ставлення до нього, описати свої почуття, переживання. Додаткові питання:

- Чи сподобався тобі цей герой мультфільму? Чому?
- Що ти відчував, коли з ним щось відбувалося?
- Хотів би ти щось змінити в цьому мультфільмі? Що саме? Чому?
- Що б ти зробив на місці цього героя?
- Що б ти хотів побажати цьому герою?

Наступного разу можна запропонувати дітям послати телеграму герою мультфільму чи поговорити з ним по телефону.

Реалізація факультативного курсу з дітьми «Діти у світі медіа»





