

УДК 373.3.016:811.161.2'42(045)  
DOI <https://doi.org/10.32840/1992-5786.2022.84.21>

**О. В. Петрик**

старший викладач кафедри початкової освіти  
Комунального закладу «Запорізький обласний інститут  
післядипломної педагогічної освіти» Запорізької обласної ради

## ФОРМУВАННЯ У МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ НАВИЧОК АНАЛІЗУ, ІНТЕРПРЕТАЦІЇ МЕДІАТЕКСТІВ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ

*У статті розглядається важлива проблема сучасного освітнього процесу початкової школи – формування і розвиток медіаграмотності молодших школярів. Дитина як суб'єкт інформаційного простору має володіти навичками сприймати медіатексти, що ускладнені різними видами графічних засобів; відрізняти факти від думок; орієнтуватися в жанрах медіатекстів тощо.*

*Перед українською початковою освітою, і мовно-літературною галуззю зокрема, відповідно до Державного стандарту загальної початкової освіти постає необхідність формування в дітей навичок виокремлювати цікаву і корисну інформацію; аналізувати та інтерпретувати медіатексти; визначати особливості їх форми і пояснювати зміст (простих візуальних).*

*Це дослідження містить аналіз результатів виконання українськими підлітками тестових завдань PISA-2018, зокрема рекомендації, що зорієнтують педагогів у необхідності формувати в молодших школярів уявлення про «факт» і «думку», під керівництвом учителя розмежовувати факти від думок; ставити доцільні запитання й адекватно відповідати на них; виокремлювати цікаву для себе інформацію; співвідносити текст і малюнки, трансформувати словесну інформацію в графічну; інтерпретувати закладені в тексті просторово-часові характеристики дійсності; інтерпретувати використання засобів виразності для передачі інформації; редагувати тексти; вчитися на зразкових текстах будувати власні ефективні висловлювання, прості медіапродукти.*

*Виявлено, що труднощі у реалізації змістової лінії «Досліджуємо медіа», зумовлені недостатньо розробленими теоретичними та методичними аспектами формування в молодших школярів умінь та навичок аналізувати, пояснювати зміст і форму медіатекстів.*

*Стаття має на меті пошук ефективних шляхів формування в здобувачів початкової освіти навичок аналізувати та інтерпретувати медіатексти.*

*У статті зазначено принципи аналізу медіатекстів, що забезпечать: цілеспрямоване сприйняття дитини змісту; розуміння задуму автора(ів) медіатексту, зважаючи на його жанрові особливості; формування в учнів системи спеціальних знань, умінь, необхідних для розуміння інформації; зосередження уваги школярів на особливостях форми і засобів донесення інформації; розуміння важливості та цінності отриманої інформації; бажання дитини обговорювати актуальні ідеї, події соціуму.*

*Окреслено жанри, види медіапродуктів та особливості їх змісту, форми.*

**Ключові слова:** сприймання, аналіз, інтерпретація, медіатекст, зміст, засоби виразності, малюнок, фотографія, листівка, оголошення, відеореклама.

**Постановка проблеми.** Результати виконання тестових завдань PISA-2018 засвідчили, що українські підлітки загалом мають сформовані навички читацької діяльності. Проте недостатньо розвинені вміння: працювати з текстами неоднорідної структури, що містять графічний об'єкт; орієнтуватися в різних видах інформації; знаходити інформацію в текстах, ускладнених різними видами графічних засобів; встановлювати логічні зв'язки між різними видами інформації; відрізняти факти від думок; давати логічні чіткі відповіді на поставлені запитання; визначати основну ідею в складно структурованому тексті; інтерпретувати інформацію; наводити аргументи на підтвердження позиції; аналізувати, зіставляти, оцінювати різні факти, відомості, систематизувати, зокрема якщо це передбачає залучення особистого досвіду і графічних об'єктів; об'єднувати подані нелінійно частини інформації; співвідносити текст і

малюнки, трансформувати словесну інформацію в графічну; розпізнавати підтекст; формулювати власну думку або позицію, яка суперечить авторській; оцінювати інформацію крізь призму власного життєвого досвіду; робити висновки, формулювати умовиводи тощо [1].

З огляду на результати України за PISA-2018 надано пропозиції щодо розвитку читацької грамотності це – фокусування уваги на формуванні компетентного читача, спроможного працювати з різними текстами/медіатекстами у паперовому й цифровому форматах, із даними таблиць, схем, діаграм, графіків; запровадження методик активного читання; робота з текстами різних типів, стилів, жанрів і форматів з різною комунікаційною метою; розширене використання цифрових технологій тощо [1, с. 256–257].

Ці завдання проєктуються на змістову лінію «Досліджуємо медіа» курсу «Українська мова»

в Типових освітніх програмах для 1-2, 3-4 класів, розроблених за редакцією О. Савченко і Р. Шияна, основним завданням якої є ознайомлення школярів з основами медіаграмотності, «формування в учнів умінь аналізувати, інтерпретувати, критично оцінювати та використовувати інформацію в медіатекстах, створювати прості медіапродукти» [2, с. 7; 3, с. 5].

Зважаючи на недостатньо розвинені вміння з читання українських підлітків-учасників міжнародного дослідження якості освіти PISA-2018, необхідно в молодших школярів формувати уявлення про «факт» і «думку», під керівництвом учителя розмежовувати факти від думок; ставити доцільні запитання й адекватно відповідати на них; виокремлювати цікаву для себе інформацію; співвідносити текст і малюнки, трансформувати словесну інформацію в графічну; інтерпретувати закладені в тексті просторово-часові характеристики дійсності; інтерпретувати використання засобів виразності для передачі інформації; редагувати тексти; вчитися на зразкових текстах будувати власні ефективні висловлювання, медіапродукти.

Основою вищезазначених умінь є навченість здобувачів початкової освіти аналізувати та інтерпретувати тексти, зокрема медіатексти.

**Стаття має на меті** пошук ефективних шляхів формування в молодших школярів умінь аналізувати та інтерпретувати медіатексти.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження проблеми формування медіаграмотності молодших школярів починається посібником «Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя» колективу авторів Бакка Т., О. Волошенюк, Голощапова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелещенко Т., Шкребець О. / За редакцією Волошенюк О., Дегтярьової Г., Іванова В. У посібнику зазначено медіапродукти, які переглядають дорослі, – кіно, новини, газети, журнали тощо. Діти люблять мультфільми, ігри, малюнки, комікси тощо, «беруть з уподобаних медіапродуктів: реклами, музичних роликів, коміксів, а найчастіше – з мультфільмів – інформацію». Щодо формування медіакомпетентності рекомендовано використовувати «картини художників (твори мистецтва) – також джерело інформації; продовжити вчити працювати з джерелами інформації (словниками, інтернетом) [4].

Старагіна І. пропонує методику формування умінь з медіаграмотності на заняттях з предметів мовно-літературної галузі в початковій школі. Говорячи про методику формування умінь з медіаграмотності на заняттях з предметів мовно-літературної галузі в початковій школі, наголошує на різноманітності «жанрів, стилів, каналів сприйняття», дитина «якісь читає та розглядає (наприклад, комікс), якісь слухає (аудіокнига чи аудіовистава), якісь слухає та розглядає (мультфільм,

кінофільм)», на необхідність роботи з ілюстрацією, аудіоказкою. Розглядає обговорення теми та ідеї, мети створення *реklamних відеороликів комерційного та соціального спрямування*, спираючись на аналіз елементів форми. Посібник містить зразки аналізу реклами, мультфільму, ілюстрацій до дитячої книги [5].

З урахуванням ключових змін у Державному стандарті початкової освіти (2018 р.) постала необхідність обов'язкового упровадження медіаосвіти в початковій школі. Її основним завданням є ознайомлення школярів з основами медіаграмотності, «формування в учнів умінь аналізувати, інтерпретувати, критично оцінювати та використовувати інформацію в медіатекстах, створювати прості медіапродукти» [6, с. 5].

Пономарьова К. роботу з медіа у навчанні української мови пропонує організувати за напрямками: 1) використання медіапродуктів для розвитку різних видів мовленнєвої діяльності; 2) дослідження медіатекстів; 3) створення простих медіапродуктів [7].

Старагіна І., Волошенюк О., Мокрогуз О., Ганник О. аналізують дидактичні основи формування медіаграмотності в молодшому шкільному віці; демонструють шляхи реалізації дидактичних принципів у освітньому процесі; окреслюють особливості формування медіаграмотності молодших школярів на заняттях з предметів мовно-літературної галузі [8].

Проблема пошуку ефективних шляхів формування в молодших школярів умінь аналізувати та інтерпретувати текст, зокрема медіатекст, існує і вимагає більшої уваги.

Необхідно з'ясувати поняття «аналіз». Аналіз (від грец. Αναλυσις – «розклад») – розчленування предмета пізнання, абстрагування його окремих сторін чи аспектів.

На нашу думку, в аналізі медіатекстів варто реалізувати такі принципи:

1. Аналіз можливий після цілеспрямованого (керованого вчителем) сприйняття дітьми тексту.

2. Визначення теми і розуміння мети автора медіатексту.

3. У процесі аналізу необхідно враховувати жанрові особливості тексту.

4. Аналіз твору повинен сприяти загальному і літературному розвитку молодших школярів, формувати у них систему спеціальних умінь, необхідних для повноцінного розуміння інформації.

5. Аналіз медіатексту повинен привернути увагу дітей до особливостей форми донесення інформації.

6. Аналіз тексту повинен створювати мовленнєву ситуацію, спонукати дитину до обговорення актуальних ідей та важливості отриманої інформації.

Слід зауважити, що успішність аналізу забезпечує організована діяльність на етапі сприй-

мання дітьми медіатексту. Необхідно зацікавити школярів і змістом нової інформації, і процесом дослідження тексту. Важливим у сприйманні нових знань є мотивування молодших школярів до навчальної діяльності, що передбачає визначення мети діяльності і результатів у цьому проміжку часу. Забезпеченню повноцінного сприймання й усвідомлення змісту медіапродукту сприятиме створення відповідної настанови на сприймання [9]. Питання після сприймання мають перевірити виконання настанови та бути спрямовані на встановлення асоціацій з попереднім досвідом учнів. Н: Яку інформацію про м. Яремче можна дізнатися з нього? Про які міста (парки, зони відпочинку ...) ви бачили рекламні плакати? (3 кл); Що відображає світлина? Світлини яких екзотичних тварин ви переглядали нещодавно? Про що інформує нас цей рекламний плакат? Тощо.

Аналізувати зміст можливо шляхом бесіди, виконання практичних завдань.

Варто застосовувати *репродуктивні (прості, тонкі) питання*: Що...?, Де...?, Коли...?, Як...? Можливо формулювати *конкретні* питання, які передбачають називання одного факту. Н: У якому приміщенні відбудеться виступ лялькового театру? О котрій годині початок вистави? *Загальні* питання вимагають у відповіді переліку кількох фактів. Н: Про що дізнались?, Яку інформацію вміщує оголошення (реклама, афіша, фото ...)? Чи можливо потрапити на виставку 31 січня? тощо. Загальні питання варто пропонувати дітям, що мають досвід пізнавальної діяльності.

Завдання для аналізу: знайди у тексті невідомі слова; визначити ключові слова у тексті; озвучте інформацію, що лишилась за контекстом.

Особливої уваги потребує аналіз форми та основних засобів виразності донесення інформації медіатекстами. Основою такої роботи є розуміння дітьми жанрів медіатекстів. У 1 – 2 кл. передбачається ознайомлення з коміксами, дитячими журналами, рекламою, листівками, світлинами, смс-повідомленнями, фотоколажами, мультфільмами, комп'ютерними іграми; у 3 – 4 кл з усною рекламою, аудіокнигою, мультфільмами, афішами, дитячими журналами, комп'ютерними іграми. За сприйманням їх поділяють на візуальні, аудіальні, аудіо-візуальні. Засоби виразності візуальних медіатекстів – це форма і розмір медіатексту, тло (фон), зображення, розміщення тексту, види шрифтів, їх розмір, кольори тексту, використання цифр ...

**Малюнок** – найбільш поширений візуальний медіатекст, що передає певну інформацію через техніку зображення, колір, сюжет, розмір тощо.

Щодо інформативності розрізняють такі види малюнків:

*художній* – образ предмета, істоти, явища, який створив художник, щоб викликати у глядача

певні емоції чи почуття; допомагає проілюструвати художній твір (ілюстрація, комікс);

*науково-пізнавальний* – пояснює явище або зовнішню чи внутрішню будову об'єкта; унаочнює навчальний або науковий матеріал;

*технічний* – схема чи креслення для побудови, конструювання, пошиття.

Малюнки – складова підручників для початкової школи та дитячих книг. Досить широко використовуються для навчання учнів 1 класів. Оскільки малюнок є доступним видом інформації для шестирічних дітей, які не вміють читати, і сприяє пізнанню дитиною довкілля, розвитку мовлення. Тому необхідно сформувати навички «зчитування» інформації з малюнка. Цьому сприятиме система питань і завдань: Що (хто) зображено(ий) на малюнку?, Коли відбувається подія?, Чи відомі вам предмети (особи, явища, події), зображені на малюнку?, Що бачите вперше?, Що здивувало вас на малюнку?, Чим можна помилуватися?, Що засмучує? тощо. І.Б. Іванова пропонує вправи «Непомічне» (А ніхто не помітив, що ...? Хто ще щось помітив?), «Питання для роздумів» [10].

**Фотографія (світлина)** є найбільш простою із візуальних медіатекстів. І в той же час, вона відрізняється від малюнка своєю «документальністю». Навіть художня фотографія ближча до дійсності. Тож важливо навчити молодших школярів «зчитувати» інформацію з фотографії. Слід звернути увагу на жанрову різноманітність фотографій. На нашу думку, молодших школярів варто знайомити з такими: *документальна фотографія* (зображення реальних подій – опис соціальних явищ, збереження природності та реальності), *пейзажна фотографія* (об'єктом зйомки є краєвиди), *небесний пейзаж* (зображення хмар або неба), *підводна фотографія* (зйомка об'єктів під водою), *рекламна фотографія* (охоплює практично всі жанри), *фоторепортаж* (5-8 знімків, на яких висвітлюється конкретна подія, що відбувається у певному місці), *сέλфі* (автопортрет, зроблений за допомогою камери смартфона, фотоапарата чи вебкамери).

Засобами виразності фотографії є:

**композиція** (Важливе правило композиції – *правило третин*. Фотографія як будь-який візуальний твір може розглядатися поділений на дев'ять рівних частин за допомогою двох паралельних горизонтальних і двох паралельних вертикальних ліній. Об'єкти, що несуть смислове навантаження, мають бути розташовані вздовж або на перетині цих ліній, у так званих точках сили. Важливо, щоб на фотографії був вільний простір (фон, тло), скажімо, поле), щоб «відпочивав погляд». **Фон(тло)** – задній план зображення – повинен бути спокійним, неперевантаженим і ненав'язливим. З такою будовою пов'язане *правило діагоналей*, за яким важливі елементи

фотографії мають бути розташовані вздовж уявних діагональних ліній. Діагональна композиція з напрямком від лівого нижнього кута до правого верхнього видається спокійною й радісною, а від лівого верхнього до правого нижнього – динамічною й трагічною); **колір** – найголовніший елемент фотографії. Найчастіше фотограф обирає певну палітру (наприклад, різні градації жовтого) або використовує один колір для акцентування уваги, коли все інше на фотографії іншого кольору);

**тональність** – сукупність тонів. Панування темних тонів надає фотознімку драматизму і напруженості, світлі тони роблять його м'яким і ліричним;

**світло** може бути *пряме, бокове* – зазвичай фото з таким світлом мають різкі тіні; *контрове* – об'єкт між джерелом світла й камерою і в більшості випадків на фотографії він перетворюється на силует [11].

Для аналізу засобів виразності світлин можливі такі питання: Які об'єкти на фотографії розміщені в центрі?, Які дрібні об'єкти суттєво доповнюють інформацію?, Що є тломи (фоном) світлин?, Який настрій створює така композиція фотографії? Які кольори акцентування увагу на важливих зображеннях? Які тони (темні чи світлі) переважають?...

**Листівка** – образотворче видання визначеного формату, один бік якого є репродукцією, малюнком чи фотографією, а інший може бути використаний для письма або містить текст, що пояснює зображення. Виділяють фотолістівки та художні: оригінальні (виконані художником), репродукційні (репродукції з худож. творів). За функціональним призначенням вирізняють листівки для пересилання поштою відкритого повідомлення без конверта (мають адресну сітку, місце для марки) та комплекти добірок культурно-просвітницького спрямування, не призначені для пересилання (з пояснювальним текстом на звороті [12].

Розрізняють листівки залежно від інформації, яку вони несуть:

**вітальні** (з Днем народження, святом, важливою подією тощо);

**політичні** (поширює політичну інформацію);

**комерційні** (спонукає до придбання товарів, користування послугами);

**соціальні** (мотивує громадськість до дій).

Тож слід з'ясувати, яку актуальну інформацію поширює листівка. Важливо звернути увагу учнів на способи передачі інформації – зображення (маюнок, фото, карти, логотип, символ, інфографіку, візерунки тощо), текст (вітання, оголошення, офіційні документи, художні твори, інформацію про автора чи видавництво та інше); засоби виразності – розміщення тексту і зображень, їх кольори, шрифти тексту.

**Оголошення** (усне, письмове) – офіційне повідомлення про масовий захід (збори, роботу гуртка,

театральне дійство, родинне свято, година спілкування, концерт, конкурс, зустріч, флешмоб тощо). Особливості: коротке й точне формулювання змісту; обов'язкові реквізити (сукупність постійних елементів, з яких складаються документи): назва виду документа, час проведення заходу, дата й місце проведення заходу, назва заходу, адреса, способи проїзду; хто повідомляє.

Для усного повідомлення важливим є володіння тим, хто повідомляє, технікою мовлення (*дихання* – фізіологічна основа мовлення, *голос* – головний інструмент, *дикція* – чітке вимовляння звуків (слів), *орфоепія* – правильна літературна вимова); володіння засобами логіко-емоційної виразності (паузи, логічні паузи, мелодика та основні її ходи, темп і його варіювання). У писемному оголошенні (до них належать афіші, які рекламують вистави, кінофільми, концерти та плакати виставок, культурних заходів тощо) дата, час, місце проведення заходу, назва, адреса виділяється іншим шрифтом, розміром чи кольором, обирається відповідне тло.

Тож, аналізуючи зміст усного і писемного оголошення, звертаємо увагу на інформацію, яку доносять до слухачів. Наприклад: Про який захід йде мова?, Де його проводитимуть? Коли відбуватиметься? Чи можна відвідати захід після завершення уроків? Чи можна відвідати виставу з батьками?, Визначте ключові слова оголошення.

Оскільки засоби передачі інформації в усних і писемних оголошеннях різні – варто наголосити дітям на ці особливості. Щодо усних оголошень аналізуємо послідовність повідомлення інформації, темп мовлення (повільний, помірний, швидкий), чіткість вимовляння слів і правильність їх наголошування, наявність пауз та їх доречність, виділення голосом важливих слів, використання слів і виразів, що привертають вагу слухачів. У писемних оголошеннях засобами виразності є форма і розмір, тло (фон), види шрифтів, їх розмір, кольори тексту, використання цифр, розміщення тексту тощо.

**Відеореклама** – це реклама за допомогою відео. **Реклама** – 1) інформація про товари, види послуг тощо, покликана стимулювати попит на ці товари, послуги; 2) розповсюдження інформації про когось або про щось з метою створення популярності [13].

Здобувачів початкової освіти, на нашу думку, треба знайомити з такими видами відеореклами:

**соціальною** – спрямованою на зміну поведінки людей, зосередження уваги на проблеми соціуму;

**комерційною** – спрямованою на продаж товарів і послуг.

Відеореклама для дітей відрізняється більшою динамічністю, яскравістю та простотою для кращого дитячого сприйняття. У такому рекламному зверненні поєднуються, як правило, ані-

маційні фантастичні образи, образи реальних дітей та оригінальне звукове оформлення. Вона містить багато повторів. До переліку дитячих товарів, які найчастіше рекламують, слід віднести йогурти, шоколадні вироби, соки, газовані напої, одяг, взуття, іграшки, шкільне приладдя. Взагалі, реклама дитячих товарів як така, не несе особливої загрози для дітей, вона позитивна, добра, весела. Однак ця реклама програмує дітей на купівлю конкретного товару, конкретної товарної марки, таким чином формуючи у дитини «споживчу залежність».

Досліджуючи елементи форми відеореклами, варто говорити про персонажів (їх позу, жести, міміку), про кольори, спецефекти, про голос персонажів, про музичний супровід, фонові шуми тощо.

Отже, аналіз змісту і форми медіапродукту забезпечує розуміння мети тексту, цінності та істинності його інформації. Наголошуючи на ролі та значенні аналізу тексту, Шалагінов Б.Б. наголошував, що важливою метою шкільного аналізу є «формування інтерпретаційної свідомості юного читача» [14, с 7]. Кожний учень у процесі читання та аналізу вибудовує своє бачення прочитаного, створює власну інтерпретацію твору.

Інтерпретація – (лат., від роз'яснюю, перекладаю): 1. Роз'яснення, тлумачення, розкриття змісту чого-небудь. 2. мист. Творче виконання художнього твору, що ґрунтується на самостійному тлумаченні виконавця [15]. Інтерпретація тексту (художнього, наукового) – це індивідуальне сприйняття твору, виявлення його сенсу, враховуючи інтелектуальні можливості читача; тлумачення змісту через власну систему цінностей інтерпретатора.

Інтерпретація простих медіапродуктів передбачає тлумачення (поянення) змістової, смислової сторони та засобів донесення інформації; виокремлення цікавої (цінної) для себе інформації; під керівництвом учителя розмежування фактів від думок; визначення мети й адресата медіатексту; правдоподібності описаних у ньому подій і тверджень, виходячи з власного досвіду; опис вражень від змісту і форми; висловлення власних поглядів на події, явища, предмети, цінності, представлені в простому медіатексті; віднесення рекламних продуктів до соціальної чи комерційної реклами тощо.

Розуміння молодшими школярами причинно-наслідкових зв'язків між змістом та засобами донесення інформації в медіатекстах досягається питанням переважно «Чому...?». Це питання передбачає не однозначну відповідь на поставлене педагогом питання, а самостійне осмислення медіатексту. Н: Чому кольори тексту різні на афіші? Чому в рекламі задіяно відомого актора? Чому обрано таке тло для рекламного плакату? Чому приємно слухати персонажів?, Що заважає

сприймати інформацію афіші (плакату, відеореклами ...)?, Чому багато говорять про позитивні якості товару і не називають негативних?, До якої реклами соціальної чи комерційної відносимо цей зразок?

Сформовані навички аналізу та інтерпретації медіатекстів забезпечать молодшим школярам комфортну взаємодію в медіасередовищі.

### Список використаної літератури:

1. Національний звіт за результатами міжнародного дослідження якості освіти PISA-2018 / [кол. авт.: М Мазорчук (осн. авт.), Т. Вакуленко, В. Терещенко, Г. Бичко, К. Шумова, С. Раков, В. Горюх та ін.]. Київ, Україна: УЦОЯО, 2019.
2. Типова освітня програма для закладів загальної середньої освіти. 1–2 класи / За наук. ред. О. Савченко. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/programy-1-4-klas/2022/08/15/Typova.osvitnya.prohrama.1-4/Typova.osvitnya.prohrama.1-2.Savchenko.pdf>
3. Типова освітня програма початкової освіти. Цикл І (1–2 класи) / За наук. ред. Р. Шияна. URL : [https://svitdovkola.org/files/tipova-osvitnya-programa-\(1-2-klas\).pdf](https://svitdovkola.org/files/tipova-osvitnya-programa-(1-2-klas).pdf)
4. Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі: посібник для вчителя / Бакка Т., Голощапова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелешенко Т., Шкребець О. / За редакцією Волошенюк О., Дегтярьової Г., Іванова В. – К. : ЦВП, АУП, 2017 – 197 с.
5. Старагіна І. П. Нова українська школа: методика формування умінь з медіаграмотності на заняттях з предметів мовно-літературної галузі в початковій школі. Навчально-методичний посібник. / І.П. Старагіна / За редакцією О.В. Волошенюк, В.Ф. Іванова – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. – 58 с.
6. Державний стандарт початкової освіти URL : <http://surl.li/cyweq>
7. Пономарьова К.І. Робота з медіапродуктами у процесі навчання української мови в початковій школі URL: <http://surl.li/soqeu>
8. Старагіна І., Волошенюк О., Мокрогуз О., Ганник О. Нова українська школа: організація медіаосвіти в початковій школі: навчально-методичний посібник/ Старагіна І.П., Волошенюк О.В., Мокрогуз О.П., Ганник О.В. – К: Пропапір, 2021. – 160 с.
9. Петрик О.В. Управління процесом сприймання молодшими школярами медіа текстів Режим доступу: [https://drive.google.com/file/d/1aDdH\\_SYJYG97DRJ2TN81wsgbONjYZXLu/view](https://drive.google.com/file/d/1aDdH_SYJYG97DRJ2TN81wsgbONjYZXLu/view)
10. Іванова І.Б. Змістова лінія «Досліджуємо медіа» в початкових класах НУШ: практичні поради для вчителя» URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TRquTJrcuBI>

11. Правила успішного кадру: композиція, перспектива, світло, колір. URL: <http://mediadriverv.com/foto/pravila-uspishnogo-kadru-kompozitsiya-perspektiva-svitlo-kolir/>.
  12. Листівка /Енциклопедія сучасної України URL: [https://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=55009](https://esu.com.ua/search_articles.php?id=55009).
  13. Сучасний словник іншомовних слів: Близько 20 тис. слів і словосполучень / Уклали: О.І.Скопненко, Т.В.Цимбалюк. – К.: Довіра, 2006. – 789 с.
  14. Шалагінов Б.Б. Науковий та «шкільний» аналізи художнього тексту // Шалагінов Б.Б. Науковий та «шкільний» аналізи художнього тексту // Всесвітня література в середніх навчальних закладах України. – 2004. – № 6. – С. 7-9
  15. Словник іншомовних слів URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%B2%ED%F2%E5%F0%EF%F0%E5%F2%E0%F6%B3%FF>
- 

**Petryk O. Formation of the skills of analysis and interpretation of media texts in primary school Ukrainian language lessons of younger school students**

*The article considers an important problem of the modern educational process of elementary school – the formation and development of media literacy of younger schoolchildren. A child as a subject of information space should have the skills of perceiving media texts complicated by various types of graphic means; distinguishing facts from opinions; navigating in the genres of media texts, etc.*

*Ukrainian primary education, and the linguistic and literary field in particular, according to the State Standard of General Primary Education, faces the need to form children's skills of distinguishing interesting and useful information; analyzing and interpreting media texts; determining the features of their form and explaining the content (simple visuals).*

*This study contains an analysis of the results of the PISA-2018 test tasks by Ukrainian teenagers, in particular recommendations that guide teachers in the need to form in younger schoolchildren an understanding of «fact» and «opinion», under the teacher's guidance distinguish facts from opinions; ask appropriate questions and adequately answer them; highlight interesting for you information; correlate text and pictures, transform verbal information into graphic information; interpret the spatio-temporal characteristics of reality embedded in the text; interpret the use of means of expression to convey information; edit texts; learn from sample texts to build your own effective statements, simple media products.*

*It was revealed that the difficulties in the implementation of the content line «Exploring media» are caused by insufficiently developed theoretical and methodical aspects of the formation of abilities and skills to analyze, explain the content and form of media texts in younger schoolchildren.*

*The article aims to find effective ways of forming skills for primary education students' to analyze and interpret media texts.*

*The article states the principles of analysis of media texts, which will provide: purposeful perception of content by children; understanding the intention of the author(s) of the media text, taking into account its genre features; forming for students a system of special knowledge and skills necessary for understanding information; focusing the attention of schoolchildren on the peculiarities of the form and means of conveying information; understanding the importance and value of the information received; the child's desire to discuss current ideas, social events.*

*The research outlines genres, types of media products, features of their content and form.*

**Key words:** perception, analysis, interpretation, media text, content, means of expression, picture, photo, postcard, announcement, video advertisement.