

УДК 373.3.015.31:07](045)
DOI <https://doi.org/10.32840/1992-5786.2023.87.15>

О. В. Петрик

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

ФОРМУВАННЯ У МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ УМІНЬ СТВОРЮВАТИ МЕДІАПРОДУКТИ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗМІСТОВОЇ ЛІНІЇ «ДОСЛІДЖУЄМО МЕДІА»

У статті розглядається проблема формування в здобувачів початкової школи уміння створювати медіапродукти як складової успішної взаємодії в медіасередовищі. Реалізація означеної проблеми забезпечується нормативними документами Нової української школи, зокрема Державним стандартом початкової освіти, що серед загальних і обов'язкових результатів навчання здобувачів освіти окреслює такі, що передбачають створення медіапродуктів, та Типовими освітніми програмами, що визначають, які саме медіапродукти мають уміти створювати діти. На основі аналізу наукових досліджень, методичних розробок обґрунтовано необхідність формування в молодших школярів умінь створювати медіапродукти у процесі реалізації змістової лінії «Досліджуємо медіа».

Наголошується на необхідності створення основи для продуктивної діяльності молодших школярів з медіатекстами, а саме упровадження таких складових у вивченні української мови, як: формування стійких мотивів досліджувати медіапродукти; формування умінь та навичок сприймати, аналізувати зміст, форму, засоби виразності донесення інформації до адресата; формування здатності інтерпретувати просторово-часові характеристики дійсності і причинно-наслідкові зв'язки подій в тексті; інтерпретація використання мовних і зображувальних засобів виразності; набуття особистого досвіду створення власних простих медіапродуктів на основі оволодіння практичними вміннями і навичками аналізу, конструювання, редагування.

Визначено систему вправ, які доцільно використовувати у формуванні умінь створювати медіапродукт: на розрізнення видів медіапродуктів; на співвіднесення змісту тексту і медіапродукту; на вибір медіапродукту відповідно до мети; на редагування медіапродуктів.

У статті визначено послідовність та особливості роботи над актуальними в практиці навчання початкової школи, в повсякденному житті дітей медіапродуктами – малюнком, коміксом, світлиною, фотоколлажем, листівкою, афішею тощо.

Ключові слова: навчання української мови, змістова лінія «Досліджуємо медіа», початкова школа, створення найпростіших медіатекстів, основи створення найпростіших медіатекстів, вправи для формування умінь створювати медіатексти.

Постановка проблеми. Засоби масової інформації – невід'ємна складова людської життєдіяльності в сьогоденні. Особлива їх роль у спілкуванні в часи пандемії та війни. Незамінні вони у освітньому процесі і мають великий вплив на соціалізацію молоді, формування світоглядних позицій і життєвих цінностей особистості. Важливо, щоб медіасередовище було зрозумілим і комфортним для всіх учасників.

Тому варто вже в початковій школі формувати в дітей не лише навички розуміння змісту, форми, засобів виразності медіапродуктів, критичне ставлення до інформації, а й уміння успішної взаємодії в медіасередовищі – створювати медіапродукти.

Реалізацію цієї актуальної проблеми забезпечують нормативні документи Нової української школи. У Державному стандарті початкової освіти серед загальних і обов'язкових результатів навчання здобувачів освіти окреслено такі, що передбачають створювати медіапродукти [1] (Таб. 1).

У Типових освітніх програмах, розроблених під керівництвом Савченко О.Я. та Шияна Р.Б. конкретизуються очікувані результати навчання [2, 3] (Табл. 2).

Стаття має на меті пошук ефективних методів, прийомів, форм і засобів навчання української мови, які дозволять сформувати в молодших школярів уміння створювати актуальні для них медіапродукти.

Виклад основного матеріалу.

Основи шкільної медіадидактики в Україні розробляли Г.В. Онкович, О.В. Федоров, В.І. Луговий та інші. Медіаосвіта та медіаграмотність педагогів і здобувачів освіти в ЗДО та початковій школі стали предметом вивчення науковців В.В. Голощапової, Г.А. Дегтярьової, Т.В. Комінарець, І.П. Старагіної.

Дослідники проблеми формування медіаграмотності молодших школярів Т.В. Бакка, О.В. Волошенко, О. В. Ганик, Р.І. Євтушенко, С.М. Крамаровська, Т.В. Мелещенко, О.П. Мокрогуз, О.О. Шкробець наголошують на

Таблиця 1

Результати навчання щодо створення молодшими школярами медіапродуктів

Загальні результати навчання здобувачів освіти	Обов'язкові результати навчання здобувачів освіти	
	1–2 клас	3–4 клас
Взаємодія з іншими особами усно, сприйняття і використання інформації для досягнення життєвих цілей у різних комунікативних ситуаціях		
Використовує вербальні та невербальні засоби під час представлення своїх думок	створює прості медіатексти за допомогою інших осіб [2 МОВ 3.1]	створює прості медіатексти, використовує різні форми їх презентації [4 МОВ 3.1]
Висловлювання думок, почуттів та ставлення, взаємодія з іншими особами письмово та в режимі реального часу, дотримання норм літературної мови		
Створює письмові висловлювання	створює прості медіатексти за допомогою інших осіб [2 МОВ 3.1]	створює прості медіатексти, використовує різні форми їх презентації [4 МОВ 3.1]
Взаємодія в режимі реального часу	обмінюється короткими письмовими повідомленнями [2 МОВ 3.2]	створює короткі дописи для захищених ресурсів, зокрема веб-сайта закладу загальної середньої освіти [4 МОВ 3.2]

Таблиця 2

Результати навчання молодших школярів щодо створення медіапродуктів за Типовими освітніми програмами

Клас	Типова освітня програма Савченко О.Я.	Типова освітня програма Шияна Р.Б.
2	створює прості медіапродукти (листівка, смс-повідомлення, фотоколаж тощо) з допомогою інших осіб [2 МОВ 1.7], [2 МОВ 3.2]	- створює прості тексти за допомогою цифрових пристроїв (питання, вибачення, подяка, побажання, запрошення, прохання, поздоровлення, порада, згода, відмова тощо) [2 МОВ 3-3.2-1]; використовує доречно поширені графічні зображення смайлів [2 МОВ 3-3.2-2] - створює прості аудіальні медіапродукти (презентує роботу групи, робить оголошення зі сцени, повідомляє новини через гучномовець тощо) з допомогою вчителя / вчительки, зважає на мету й аудиторію [2 МОВ 4-1.7-5]; - створює прості візуальні медіапродукти (фото, листівка, комікс, книжечка, стіннівка, колаж тощо) з допомогою вчителя / вчительки, зважає на мету й аудиторію [2 МОВ 4-1.7-6]
3	створює прості медіапродукти (листівка, запрошення, sms-повідомлення, фотоколаж, книжечка тощо) [3 МОВ 1.7], [3 МОВ 3.2]	- обирає вербальні та невербальні засоби спілкування, доречно використовує їх для спілкування та створення простих медіатекстів відповідно до комунікативної мети; - створює прості аудіальні медіапродукти (презентує роботу групи, робить оголошення зі сцени, повідомляє новини через гучномовець тощо) самостійно та в групі [4 МОВ 4-1.7-1]; - створює прості візуальні медіапродукти (фото, листівка, комікс, книжечка, стіннівка, колаж тощо) самостійно та в групі, ураховує мету й аудиторію [4 МОВ 4-1.7-2]; - створює прості аудіовізуальні медіатексти (відеозапис виступу, вистави, екскурсій, інтерв'ю) з допомогою вчителя / вчительки, враховує мету й аудиторію [4 МОВ 4-1.7-3]
4	- вибирає з почутого інформацію для створення власного висловлення з конкретною метою (усне оголошення); - створює прості медіапродукти, враховує мету й аудиторію [4 МОВ 1.7]; (книжечка, стіннівка, реклама тощо) запрошення, стіннівка, реклама	

різноманітості жанрів медіапродуктів, актуальних для молодших школярів; на необхідності засвоєння їх жанрових особливостей; на важливості створення медіатекстів, спираючись на аналіз змісту та елементів форми.

Н.В. Бондаренко, розглядаючи медіатекст як ресурс осучаснення змісту освіти, визначає його «як зручний засіб обміну інформацією і впливу на соціально-когнітивну сферу буття людини»; окреслює основні функції: мотиваційну, інформаційну, комунікаційну, евристичну, аксіологічну, онтологічну. Зокрема комунікаційна – забезпечує обмін інформацією, враженнями, емоціями, почуттями. Евристична функція впливає на розвиток когнітивної та емпіричної сфер діяльності людини, мотивує і дає змогу пізнавати світ і себе в ньому. Аксіологічна функція реалізується через цінності й оцінки, передбачені в медіатексті [4].

К.І. Пономарьова у реалізації змістової лінії «Досліджуємо медіа» визначає три напрями: 1) використання медіапродуктів для розвитку різних видів мовленнєвої діяльності; 2) дослідження медіатекстів; 3) створення простих медіапродуктів. Третій напрям передбачає «створення і презентацію молодшими школярами самостійно та в групі простих аудіальних медіапродуктів (презентація роботи групи, оголошення зі сцени, повідомлення новин через гучномовець тощо), простих візуальних медіапродуктів (світлин, листівок, коміксів, книжечок, стіннівок, колажів тощо), простих аудіовізуальних медіатекстів (відеозаписів виступу, вистав, екскурсій, інтерв'ю) з допомогою вчителя/вчительки, враховуючи мету й аудиторію» [5].

С.Г. Дубовик., А.Р. Готмар наголошують на необхідності поетапного формування у молодших школярів умінь створювати медіапродукти.

Окреслюють такі обов'язкові етапи: мотиваційний – формування мотивів до роботи з медіапродуктами; теоретичний – засвоєння теоретичних знань про медіапродукти, їх особливості; практичний – накопичення досвіду використання медіатекстів; творчий – створення власних медіапродуктів [6].

Слушними для вирішення окресленої проблеми є рекомендації М.С. Вашуленка щодо використання різних вправ у вивченні рідної мови, зокрема

- за формою виконання: усні, письмові, комбіновані;
- за ступенем самостійності виконання:
- репродуктивні (які передбачають розгляд зразка і відтворення його);
- конструктивні (вправи на відтворення з елементами творчості);
- продуктивні або творчі (які забезпечують розвиток творчого потенціалу, передбачають створення власного);
- за характером розумових операцій:
- аналітичні;
- синтетичні;
- вправи на порівняння [7, с. 147–149].

Упровадження таких складових у вивченні української мови створює основи для продуктивної діяльності здобувачів початкової освіти з медіатекстами:

- формування стійких мотивів досліджувати медіапродукти, що є актуальними для учнів, спираючись на розуміння їх ролі, значущості;
- формування умінь та навичок сприймати, аналізувати зміст, форму, засоби виразності донесення інформації до адресата;
- формування здатності інтерпретувати закладені в тексті просторово-часові характеристики дійсності і причиново-наслідкові зв'язки подій;
- інтерпретація використання мовних і зображувальних засобів виразності, що забезпечує розуміння школярами жанрових особливостей, мети створення, аудиторії, якій призначаються медіатексти, та виявлення емоційно-ціннісного ставлення;
- набуття особистого досвіду створення власних простих медіапродуктів на основі оволодіння практичними вміннями і навичками аналізу, конструювання, редагування [8].

На нашу думку, у формуванні умінь створювати медіапродукти доцільно використовувати такі вправи:

- *на розрізнення видів медіапродуктів* (із запропонованих оберіть певний медіапродукт; які з плакатів є соціальною рекламою тощо);
- *на співвіднесення змісту тексту і медіапродукту* (з поданих світлин оберіть ту, яка відповідає тексту; чи відповідає ілюстрація змісту вірша; до якого уривку твору створено цей малюнок; про-

читайте рядки вірша, до яких створена ілюстрація; розгляньте фотографію і малюнок, що точніше відображає зміст твору; пояснити, які саме деталі ілюстрації найбільше відповідають змісту тексту тощо);

- *на вибір медіапродукту відповідно до мети створення* (який з медіапродуктів створений для: інформування рідних на аркуші паперу; для документування (реєстрації) поодиноких довготривалих зображень об'єктів за допомогою світла; для обміну (передачі і прийому) короткими текстовими повідомленнями в телекомунікаційних мережах; для просування того чи іншого товару, заходу, продукту, викликаючи інтерес у певної цільової аудиторії; для вітання зі святами, важливими подіями; для зорієнтування про тематику, місце, час майбутньої події чи заходу тощо);

- *на редагування медіапродуктів* (вставити пропущені слова, дібравши з довідки правильне слово; замінити виділене слово більш влучним; виправити помилки чи недоліки у медіатексті).

Створення медіапродукту, як і будь-яка діяльність молодших школярів, починається з мотивації. Цьому сприяє аналіз життєвих ситуацій, перегляд мультфільмів та відеофільмів з наступним обговоренням, відповіді на проблемні питання, пошук виходу з проблемної ситуації тощо.

Результативну діяльність учня забезпечить створення вчителем мовленнєвої ситуації, яка має чітко орієнтувати чи визначати, з якою метою створюється медіапродукт, для кого призначається і є важливою інформація, що він містить, які засоби виразності донесуть інформацію до читачів чи слухачів.

Найбільш поширеними в практиці навчання початкової школи, в повсякденному житті дітей є візуальні медіапродукти – малюнки, комікси, світлини, фотоколажі, листівки, журнали, газети, афіші тощо.

Малюнок – найпоширеніший засіб навчання молодших школярів, зокрема 1–2 класів. У процесі навчання української мови використовують предметні і сюжетні малюнки та їх серії. Використання сюжетних малюнків на уроках української мови здійснюється з метою розвитку зв'язного мовлення, формування умінь працювати з різними видами інформації. Малюнок – це відображення довкілля у художніх образах за допомогою графічних засобів: ліній, штрихів, крапок, плям, кольорів та їх відтінків, світлотіней ...

Формуючи вміння «зчитувати» зміст малюнка, навчаємо школярів створювати малюнки – передавати інформацію художніми образами, спираючись на вміння, набуті на уроках образотворчого мистецтва. Пропонуємо попередньо створити словесний малюнок:

1. Визначити сюжет малюнка (Хто?/Що? Де? Коли? Що відбувається?)

2. Розмістити за законом перспективи постаті, предмети, явища на площині картини.

3. Визначити композиційний центр твору, пов'язати з ним другорядні образи.

4. Обрати розміри, кольори предметів та явищ; пози і вирази облич персонажів.

Завершенням такої роботи є виконання малюнка дитиною вдома чи на уроці образотворчого мистецтва [9].

Теми можливі різні: «Квіти на підвіконні», «Улюблені куточки шкільного подвір'я», «Нічне небо», «Осіньня клумба», «Квітнуть сади», «Птахи прилетіли», «Веселі зимові ігри дітей», «В небі райдуга-дуга», «Осіній дощ», «Рибки в акваріумі», «Зустріч з весною»...

Продовженням попередньої роботи є ілюстрування – створення ілюстрацій до прочитаних віршів, казок, оповідань. Ілюстративне малювання як творчий процес сприяє розвитку уяви, образного мислення, творчих здібностей, більш глибокому розумінню прочитаного твору. Учні мають усвідомлювати мету створення малюнка до літературного твору – допомогти читачеві глибше зрозуміти зміст, причиново-наслідкові зв'язки у творі, характери персонажів, розширити і доповнити уяву читача.

Для створення ілюстрації необхідно забезпечити розуміння учнями задуму автора і ситуацію, описану в творі, осмислити характери героїв, поведінку, вияв емоцій, їх зовнішній вигляд тощо. Тому молодшим школярам варто пропонувати створювати ілюстрації до творів, що відповідають їх віковим особливостям і вподобанням.

Перед малюванням необхідно обрати змістову частину твору, яка ілюструється; створити словесний малюнок: вказати об'єкти зображення; уточнити, якими вони уявляються; визначити їх розміщення, обрати кольори. Створені ілюстрації презентуються, коментуються, співвідносяться з відповідною змістовою частиною тексту. Можливо окремі ілюстрації розмістити як серію відповідно до розгортання подій у творі. За окремими ілюстраціями чи серією можливе відтворення змісту твору, складання розповідей.

Різновидом серії малюнків є комікс (англ. comics, множина від comic – комедійний, комічний, смішний) – графічно-оповідний жанр, у якому поєднано малярство (карикатуру, послідовність малюнків) і літературу (короткі тексти у вигляді «мовної бульки» чи «хмарки»); серія зображень із короткими текстами, що становлять історію [10].

Цінність коміксів у освітньому процесі полягає в тому, що вони в унікальний спосіб розповідають молодшим школярам історію просто, образно й емоційно, виділяючи головне, не перевантажують дітей великими обсягами тексту, доносять важливі ідеї. Працюючи з коміксами, вчитель навчає учнів зрозуміти історію і розповісти її

у формі монологу або відтворити її у діалозі (інсценувати). На думку К.І. Пономарьової, створення коміксів на уроках мови передбачає складання за малюнками зв'язної розповіді, придумування коротких реплік кожному персонажу. Після цього діти мають записати ці репліки на окремих вирізаних з білого паперу клаптиках у вигляді мовних бульок і наклеїти їх на малюнки коміксу [5, с. 78].

У повсякденному житті, в освітньому процесі широко застосовуються фотографії(світлини) як засіб документування важливих чи цікавих подій. Цей медіапродукт дозволяє точно передавати інформацію. Фотографія в умовах дистанційного навчання набула особливого значення як засіб інформування про виконання дітьми завдань, одержання зворотного зв'язку між учасниками освітнього процесу. як засіб пізнання навколишнього світу. Учитель повинен доцільно добирати світлини для роботи на уроці [8].

Молодші школярі цінують мобільний телефон як ідеального помічника у створенні медіапродукту. Важливо донести до дітей, що фотографія, зокрема сюжетна, яку ми створюємо, має містити нову (цікаву або важливу) інформацію. Стимулювати до створення світлин можуть завдання:

1. Зробити фото про відпочинок родини вихідного дня.

2. Взяти участь у віртуальній виставці класу «Щасливі миттєвості літа».

3. Створити фотоколаж «Захоплення нашої родини».

4. Створити світлину для віртуального стенду «Ось тут я зустрівся(лася) з Весною».

5. Створити світлину на тему «Ці чарівні первоцвіти».

Діти повинні уміти коментувати свої фотографії: Чому пропонуєте для розгляду саме цю? Яку інформацію повідомляє медіапродукт? З якою метою створено світлини? Що Вас хвилює (радує, засмучує, дивує) у цьому фото?

Створити самостійно школярі можуть листівку. Особливо актуальна ця діяльність напередодні свят. Листівки бувають одинарні у вигляді односторонньої/двосторонньої картки, або подвійні. На одинарних листівках можливе розміщення на одній стороні тексту і зображення, а також на одній стороні зображення, а на зворотній – тексту. Подвійні листівки, ще називають книжками, оскільки вони згинаються навпіл і містять текст на внутрішніх сторінках.

Текст і зображення повинні відображати, кому адресується листівка (членам родини, однокласникам, вчителям, друзям); з якою метою створено це повідомлення (розважити, висловити прихильність, шанобливе ставлення, повагу, захоплення, щирі любов, подяку тощо). Тож важливо продумати, які зображення, слова привернуть увагу

адресата. Зображати варто малюнки, символи, що відповідають факту, явищу, події, яким присвячено листівку, використовувати засоби виразності (кольори, шрифти, тло, візерунки...), що привертають увагу – викликать інтерес до медіапродукту.

Текст листівки – короткий, точний і має містити *звертання* (кому адресується листівка): люба(ий) мамо/тату, дорогі дідусю і бабусю, дорогий друже, вельмишановні вчителі тощо; *привітання*: з Днем народження, з роковинами подружнього життя, з Днем Незалежності України, з Днем матері, з Днем учителя, з перемогою в конкурсі; *особливу інформацію*: цінуємо заряд енергії, бадьорість *подяку*: за доброту, ласку, терпіння, увагу, за творчість, майстерність; *побажання*: бажаємо нових ідей, звершень, здоров'я, довголіття, миру, добробуту; *хто вітає*: ваш(а) онук/онучка, донечка/синочок, ваш учень/учениця, твій друг/подруга. Діти мають обрати з робочих матеріалів, дібрати самостійно доречні слова для листівки.

Запрошення – медіатекст, що теж затребуваний у нашому житті. Його можна створювати власноруч, зокрема і дітям. Вимоги близькі до листівки. Текст має бути лаконічним, точним, містити *звертання* (кого запрошують: люба подруго, дорогий друже, шановний Олеже Іллічу тощо); *повідомлення заходу* (свято знань, зустріч з письменником, родинні посиденьки, на святкування Дня народження, квест «Тато, мама, я – інтелектуальна сім'я»); *дата, час, місце* проведення; *хто запрошує*.

Смс-повідомлення – найбільш вживаний нині медіатекст. Вимоги до написання смс-повідомлення діти можуть визначити, проаналізувавши кілька правильних зразків.

Тож варто дотримуватись таких правил написання смс-повідомлення:

1. Ввічливо вітатися і звертатися до співрозмовника.
2. Спілкуйся тактовно.
3. Коротко і чітко викладай інформацію.
4. На початку речення та у власних назвах пиши велику літеру. Дотримуйся орфографічних правил. Вживай розділові знаки.
5. Прощайся, завершивши позмову.

Ефективними у засвоєнні школярами особливостей смс-повідомлення є вправи на визначення недоліків, помилок у власних повідомленнях чи однокласників та вправи на їх редагування.

Оскільки реклама – одне з найвпливовіших джерел інформації про товари та послуги, соціальні явища і події, молодші школярі повинні розуміти її призначення, протистояти рекламним впливам, створювати просту рекламу. Варто пропонувати школярам створювати афіші, що містять інформацію про культурні заходи (аукціон, театральну виставу, концерт, екологічний захід, спортивні

змагання тощо), що проводяться самими дітьми. Знайомлячись з рекламними афішами, діти знають, що крім назви заходу, зазначають дату, час та місце його проведення, а також вартість вхідного квитка, якщо захід платний. Афіша може інформувати про благодійну мету чи значущість дійства через рекламне гасло (рекламний слоган – лаконічна фраза, що впадає в око, добре запам'ятовується та висловлює суть рекламного повідомлення). Медіапродукт має бути великих розмірів і яскравим.

Усне оголошення містить таку ж інформацію (вид заходу, дату, час та місце його проведення, а також вартість вхідного квитка), що й афіша. Підготовка такого тексту передбачає вибір звучності, темпу мовлення, підвищення і зниження голосу, використання пауз для виділення ключових слів з урахуванням віку слухачів. Доречно пропонувати учням аналізувати аудіозаписи власних оголошень, однокласників та удосконалювати їх.

Отже, формування умінь створювати медіапродукти забезпечує збагачення словникового запасу молодших школярів, сприяє правильному і доцільному використанню мовних засобів відповідно до ситуації і завдань створення медіатексту; використання системи вправ аналітико-продуктивного характеру інтенсифікує процес розвитку медіакомпетентності та освоєння учнями початкової школи комунікативного медіасередовища.

Список використаної літератури:

1. Державний стандарт початкової освіти URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/688-2019-%D0%BF#Text>
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. Бондаренко Н. Медіатекст як ресурс осучаснення й збагачення змісту підручника української мови <http://surl.li/ffjib>.
5. Пономарьова К. І. Формування комунікативної компетентності молодших школярів у процесі навчання української мови URL <https://undip.org.ua/wp-content/uploads/2021/07/posibnyk-ponomarova.pdf>
6. Дубовик С.Г., Готмар А.Р. формування в молодших школярів умінь створювати медіапродукти URL https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/36412/1/Dubovyk_S_Gotmar_A_FJSACMP.pdf

7. Вашуленко М. Методика навчання української мови в початковій школі: навч.-метод. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / [за наук. ред. М.С. Вашуленка]. – К.: Літера ЛТД, 2011. – 364 с.
 8. Петрик О.В. Формування в молодших школярів умінь аналізу, інтерпретації змісту, форми, засобів вираження інформації в медіатекстах. С. 123–128. – Режим доступу: <http://pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2022/84/21.pdf>
 9. Розвиток композиційних умінь учнів початкових класів на уроках тематичного малювання https://knowledge.allbest.ru/pedagogics/3c0b65635a2ad68a5c53a88421206c37_2.html
 10. Енциклопедія сучасної України <https://esu.com.ua/article-1449>
-

Petryk O. Developing the primary school students' skills of creating media products in the process of implementing the content line "Exploring the media"

The article outlines the problem of forming in primary school students the ability to create media products as a component of successful interaction in the media environment. The implementation of the specified problem is provided by the normative documents of the New Ukrainian School, particularly the State Standard of Primary Education, which outlines among the general and mandatory learning outcomes of the pupils those which involve the creation of media products, and the Model Educational Programs, that determine which media products children have to be able to create. Based on the analysis of scientific research and methodological developments, the necessity of forming the skills of creating media products in the process of learning Ukrainian language in primary school students is explained.

The need of creating a basis for the productive activity of younger schoolchildren with media texts is emphasized, namely the introduction of such components in the studying of Ukrainian language as: formation of stable aims to explore media products; formation of abilities and skills to perceive, analyze the content, form, expressive means of conveying information to the addressee; formation of the ability to interpret the spatio-temporal characteristics of reality and cause-and-effect relationships of events in the text; interpretation of the usage of language and visual means of expression; gaining personal experience in creating one's own simple media products based on mastering the practical skills and abilities of analysis, design, and editing.

A system of exercises that should be used in the formation of skills to create a media product has been outlined: to distinguish types of media products; to correlate the content of the text and the media product; to choose a media product according to the purpose; to edit media products.

The article defines the sequence and features of working on media products that are relevant in the practice of primary school education, in the everyday life of children – a drawing, a comic, a photo, a photo collage, a postcard, a poster, etc.

Key words: *learning Ukrainian language, content line "Exploring media", primary school, creating the simplest media texts, the basics of creating the simplest media texts, exercises for the formation of skills to create media texts.*