

Міністерство освіти і науки України
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ ДО РОЗВИТКУ
ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

ТРЕНІНГОВИЙ ПОСІБНИК

Під загальною редакцією
проф. Ю. В. Палагнюк, Т. В. Лушагіної

Видавництво: Ємельянова Т. В.
Миколаїв
2021

ISBN 978-966-2650-34-1

DOI: 10.34132/IDU.2021.02

УДК 316.346.32-053.6:[323.2:316.325](076.1)

Авторський колектив: Палагнюк Ю. В. – д. н. держ. упр., проф.; Лушагіна Т. В. – к. політ. н., в. о. доц.; Акімова Т. Ю. – к. н. держ. упр., доц.; Костева Т. Б. – к. пед. н., доц. б.в.з.; Соловйова А. С. – к. політ. н., доц. б.в.з.; Файчук О. Л. – к. пед. н., доц.; Сай Д. В. – к. пед. н., доц. б.в.з.; Сай Л. Ю. – к. пед. н., в. о. доц.; Малиновська Н. Л. – к. і. н., доц.; Чубук Р. В. – к. пед. н., доц.

Рецензенти:

МЕЩАНИНОВ О. П. – доктор педагогічних наук, професор кафедри інтелектуальних інформаційних систем Чорноморського національного університету імені Петра Могили (м. Миколаїв)

МАТВІЄНКІВ С. М. – кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри політичних інститутів та процесів Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (м. Івано-Франківськ)

ЯРОШЕНКО В. М. – кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри психології та соціальних наук МНУ імені В. О. Сухомлинського (м. Миколаїв)

3 22 *Рекомендовано до друку науково-методичною радою Інституту державного управління (протокол № 8 від 01.06.2021 р.), вченою радою ЧНУ ім. Петра Могили (протокол № 5 від 10.06.2021 р.)*

Залучення молоді до розвитку громадянського суспільства: тренінговий посібник / Палагнюк Ю. В., Лушагіна Т. В., Акімова Т. Ю., Костева Т. Б. та ін.; під заг. ред. проф. Ю. В. Палагнюк, Т. В. Лушагіної. – Миколаїв: Вид-во: Ємельянова Т. В., 2021. – 165 с.

ISBN 978-966-2650-34-1

DOI: 10.34132/IDU.2021.02

Тренінговий посібник є складовою частиною виконання науково-дослідної теми молодих науковців «Формування концептуальних засад залучення патріотично активної молоді до розвитку громадянського суспільства як чинник соціальної безпеки України», яка здійснюється в Чорноморському національному університеті імені Петра Могили за тематичним планом Міністерства освіти і науки України. Авторами відповідних розділів є науковці декількох суміжних галузей наук, таких як: політологія, державне управління, соціальна робота, історія та педагогіка.

Тренінговий посібник розрахований на викладачів та студентів закладів вищої освіти і вчителів закладів загальної середньої освіти, тренерів, публічних службовців, членів громадських та молодіжних організацій, а також всіх тих, хто цікавиться тематикою посібника.

ISBN 978-966-2650-34-1

© Палагнюк Ю. В., Лушагіна Т. В., Акімова Т. Ю.,
Костева Т. Б., Соловйова А. С., Файчук О. Л., Сай Д. В.,
Сай Л. Ю., Малиновська Н. Л., Чубук Р.В., 2021

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА. Палагнюк Юліана, Лушагіна Тетяна.....	4
Акімова Тетяна. Розвиток лідерського потенціалу державних службовців та керівників громадських і молодіжних організацій.....	5
Костєва Тетяна. Громадянське самовизначення та розвиток громадянської активності молоді.....	18
Лушагіна Тетяна, Соловйова Анна. Ефективна комунікація в контексті розвитку громадянського суспільства.....	32
Файчук Олена. Формування гендерної рівності в молодіжному середовищі в умовах становлення громадянського суспільства.....	54
Палагнюк Юліана. Інформування молоді щодо розширень ЄС в умовах євроінтеграції та розвитку громадянського суспільства.....	70
Соловйова Анна, Лушагіна Тетяна. Формування навичок критичного мислення як запорука виховання патріотично активної молоді.....	85
Сай Любов, Сай Дмитро. Формування усвідомленого ставлення до себе як базового елементу активної громадянської позиції молоді.....	113
Малиновська Наталя. Формування соціальної відповідальності у молоді в контексті становлення громадянського суспільства.....	126
Чубук Руслан. Формування навичок асертивної поведінки та комунікативної взаємодії в контексті розвитку громадянського суспільства.....	144

ПЕРЕДМОВА

Рушійною силою розвитку суспільства є молодь – активна, мобільна, здатна акумулювати життєві ресурси та навіть змінювати політичні режими. Молодіжний потенціал для держави – визначальний ресурс для її майбутнього. Для українського суспільства виховання патріотично активної молоді є одним із нагальних питань, адже в сучасних політичних та геостратегічних умовах молодь виступає однією із найбільш вразливих категорій населення, що може піддаватися різного роду інформаційним маніпулюванням та підбурюванням.

Виховання почуття громадянськості (активного громадянства) має стати основою державної молодіжної політики, ключовим напрямом у розвитку територіальних громад. Залучення молоді до участі у політичних процесах на всіх рівнях має відбуватися на основі діалогу та партнерства, довіри, поваги та взаєморозуміння. Влада має бути зацікавлена в співпраці з молоддю, адже це можуть бути нові ідеї, нестандартні підходи до досить стандартних питань; це амбіційність, мобільність та ефективність. Проте, щоб молодіжний потенціал працював на користь громади та держави, найголовнішим фактором виступає освіта молоді та її зацікавленість у саморозвитку.

Цей посібник створений колективною працею молодих науковців декількох суміжних галузей наук, таких як: політологія, державне управління, соціальна робота, історія та педагогіка. Тренінговий посібник пропонує вчителям, викладачам, тренерам та просто зацікавленим особам сценарії тренінгів для розвитку навичок комунікації, критичного мислення, громадянського самовизначення, лідерських якостей, гендерної рівності тощо. Тематично матеріали посібника охоплюють різні наукові напрями та рівні складності, тому можуть бути використані для підготовки тренінгів для учнів закладів загальної середньої освіти, студентів закладів вищої освіти, публічних службовців, членів громадських та молодіжних організацій тощо.

Тренінговий посібник виконаний у межах науково-дослідної теми для молодих науковців «Формування концептуальних засад залучення патріотично активної молоді до розвитку громадянського суспільства як чинник соціальної безпеки України», яка здійснюється в Чорноморському національному університеті імені Петра Могили за тематичним планом Міністерства освіти і науки України.

Палагнюк Юліана

доктор наук з державного управління, професор

Лушагіна Тетяна

кандидат політичних наук, в.о. доцента

**РОЗВИТОК ЛІДЕРСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЕРЖАВНИХ
СЛУЖБОВЦІВ ТА КЕРІВНИКІВ ГРОМАДСЬКИХ І
МОЛОДІЖНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ
(6 годин 35 хвилин)**

Мета тренінгу – визначити поняття «лідер» та «лідерство», ознайомитись з якостями лідера, оцінити свої лідерські якості та рівень лідерства.

Завдання:

- визначити сутність лідерства, цінності та ключові якості лідера;
- засвоєння основних рівнів лідерства;
- стимулювати учасників до прояву лідерства;
- сформуванню індивідуальний досвід кожного учасника.

Компетенції:

- знання понятійно-категоріального апарату з теми;
- аналіз власних цінностей та цінностей підлеглих;
- визначення рівнів лідерства та використання їх на практиці;
- оволодіння навичками самоаналізу;
- формування навичку вживання лідерських дієслів;
- засвоєння техніки самопрезентації.

Методи тренінгу: активні командні вправи, обговорення, виконання завдань в міні-групах, ділові ігри, групові дискусії, інтерактивні міні-лекції.

Учасники: державні службовці і посадові особи органів державної влади і місцевого самоврядування, лідери та керівники громадських і молодіжних організацій.

Тривалість тренінгу: 6 годин 35 хвилин.

Орієнтовна кількість учасників: 20-25 осіб

Ключові слова: лідер, лідерство, цінності лідера, рівні лідерства, якості лідера, самопрезентація, самоаналіз.

Тривалість	НАЗВА ВПРАВИ/ЗМІСТ
10 хвилин	ВСТУП Офіційне відкриття заходу, вступне слово тренера, розповідь про себе, про досвід роботи, пов'язаний з темою тренінгу.
30 хвилин	ЗНАЙОМСТВО. Проведення 1-2 вправ на знайомство учасників і тренерів.

10 хвилин	ПРЕЗЕНТАЦІЯ ПРОГРАМИ ТРЕНІНГУ. Коротка демонстрація інформації про всі теми тренінгу. Формування в учасників уявлення про зміст роботи та результати, які передбачається отримати.
15 хвилин	ВИЗНАЧЕННЯ ОЧІКУВАНЬ. Проведення вправи на визначення очікувань щодо бажаних знань, навичок і способів спілкування під час тренінгу.
15 хвилин	ПРИЙНЯТТЯ ПРАВИЛ РОБОТИ ГРУПИ. Проведення вправи для формулювання та прийняття правил роботи групи.
30 хвилин 15 хвилин	ОСНОВНА ЧАСТИНА Вправа «Що таке лідерство?» Кава-перерва
60 хвилин 15 хвилин	Вправа «Цінності лідера» Кава-перерва
60 хвилин 60 хвилин	Вправа «Рівні лідерства» Обідня перерва
30 хвилин 15 хвилин	Вправа «Якості лідера» Кава-перерва
60 хвилин	Вправа «Презентація лідерських якостей»
30 хвилин	ЗАКЛЮЧНА ЧАСТИНА Вправа «100 відсотків?»
30 хвилин	ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ

Вступна частина ***Знайомство***

Під час знайомства тренер визначає рівень мотивації учасників до участі у тренінгу та створює дружню робочу атмосферу.

✓ **Вправа №1 «Сірники»¹**

Матеріал: пачка сірників.

Тренер пропонує учасникам розповісти про себе, поки горить сірник. Учасники отримують пачку сірників і передають її по колу, розповідаючи про себе.

✓ **Вправа № 2 «Дві правди. Одна брехня»**

Матеріал: стікери та олівець для кожного учасника.

Друга частина знайомства полягає у проведенні вправи «Дві правди. Одна брехня». Кожен учасник записує три факти про себе, два з яких повинні бути правдою, а третій - правдоподібною брехнею і які можуть

1. Вчимося самостійності: навч.-метод. посіб. / За загал. ред.: Т. П. Спіріної; автор. кол.: Ю. М. Галустян, А. В. Каравай, А. Б. Кочарян, Т. Д. Мельник. – К.: Видавництво ФОП Москаленко О. М., 2011. – С 31

бути перераховані в будь-якому порядку. Тобто брехня може бути як на першому, так і на другому або третьому місці. Наприклад «Я працюю в телекомунікаційній компанії, люблю італійську кухню і у мене є три собаки». (При цьому в учасника дійсно три собаки і він дійсно любить італійську кухню, але працює він в університеті). Учасники мають ходити по залу та зачитувати те, що вони написали іншим учасникам, які повинні вгадати, який з трьох фактів - брехня.

Визначення очікувань

Вправа на збір очікувань дає можливість тренеру отримати необхідну інформацію, а також дати стимул учасникам до активної участі.

✓ Вправа «Цікавий учасник».²

Матеріал: аркуш паперу відповідно до кількості учасників, маркери, олівці, ручки, приклад намальованого учасника на плакаті.

Кожен з учасників отримує аркуш паперу та завдання намалювати там учасника (себе), та написати або зобразити очікування від тренінгу за наступним принципом:

Голова – що я хочу дізнатися? Які питання у мене в голові?

Серце – чого я очікую від групи? Якою має бути атмосфера?

Руки – що я хочу зробити на тренінгу? Може, я хочу спробувати якийсь метод чи зробити енерджайзер?

Спина – від чого я відвертаюся, чого я ні в якому разі не хочу на цьому тренінгу?

Учасники коротко презентують свої очікування в пленумі.

Прийняття правил роботи групи

✓ Вправа «Правила».³

Мета: Забезпечити конструктивну атмосферу для роботи.

Матеріал: фліпчарт для запису правил, маркери.

1. Обговоріть з учасниками, що таке правила, для чого потрібно приймати правила?

2. Запропонуйте групі правила роботи, зберігаючи послідовність:

- приходити вчасно;
- бути позитивними;
- не критикувати;
- говорити коротко, по черзі, за темою;
- персоніфікація;

2. Там само

3. Посібник для тренера . Аста-Марія Кенней, Покотило Л.І., Голоцван О. А., Грищенко О. В., Івасівка З. М., Квашенко В.П., Сало Н. Й. . – Кив. – 2010. – 93 с.

- добровільність;
- конфіденційність.

3. Обговоріть та погодьте з групою кожне з цих правил. Запропонуйте учасникам внести правила, яких немає в списку.

4. Запропонуйте групі в разі порушення правил користуватися жестом відкритих долонь.

Матеріал для тренера

Приходити вчасно – виявляти повагу до себе та інших. Усвідомлення права інших не гаяти час на очікування тих, хто запізнюється.

Бути позитивними – бути позитивними у висловах і ставленні до інших, прагнути до конструктивного вирішення всіх питань

Не критикувати – наша зустріч – це діалог. Кожна точка зору – це особиста реальність, вона базується на власному досвіді. Точка зору іншої людини, це те, що бачить, чує й відчуває інша людина. Декому може не подобатися ця позиція, тому що люди часто думають, що розуміти позицію – означає поділяти її. Але розуміння важливе саме собою. Критикувати – означає ставити свою точку зору вище за іншу.

Говорити коротко, по черзі – дбати про можливість сказати, а також про можливість почути.

Персоніфікація – говорити від свого імені. Усвідомлення своєї позиції.

Добровільність – брати участь в тренінгу за бажанням, усвідомити, що вибір було зроблено в момент рішення йти на тренінг. На тренінгу є свої правила роботи. Це правила за якими працюють всі ті, хто свого часу вирішили брати участь в ньому.

Конфіденційність – особиста інформація не обговорюється і не виноситься за коло тренінгу. Водночас час люди мають бути свідомими, що це є правило особистої безпеки. І вони самі мають вирішувати і розуміти свою відповідальність за той обсяг інформації, який виносять на загальне коло. Під час тренінгу деякі учасниці та учасники можуть бути не в звичних для них ролях, тому решта має бути лояльною до того, що бачать, і потім не обговорювати та не засуджувати їх поза тренінгом.

Важливо, не тільки декларувати ці правила, а й дотримуватися їх як під час проведення тренінгу, так і в повсякденному житті. Ця вправа має проводитися динамічно і позитивно. Якщо тренінг триватиме більше одного дня, то наступні дні тренінгу також починаються «Правилами», що дасть можливість проаналізувати їх більш детально в темі тренінгу.

Основна частина

✓ Вправа «Що таке лідерство»?

Мета: визначення сутності лідерства.

Завдання: ознайомлення учасників з різними визначеннями та основними характеристиками поняття «лідерство»; актуалізація власного сприйняття та розуміння лідерства.

Матеріал: аркуш паперу відповідно до кількості сформованих груп учасників, ручки, роздатковий матеріал.

Тренер пропонує учасникам розбитися на пари і дає кожній парі завдання: ознайомитися з визначеннями «лідерства»; обговорити і порівняти їх зміст та структуру; визначити ключові елементи лідерства.

★ Матеріал для тренера

Сутність поняття «лідерство».

Р. Л. Дафт трактує лідерство як взаємовідносини між лідером і членами групи, які чинять вплив один на одного і спільно прагнуть реальних змін і досягнення результатів, що відбивають загальну мету.

Дж. Террі вважає, що лідерство – це вплив на групи людей, який спонукає їх до досягнення спільної мети.

Р. Танненбаум, І. Вешлер і Ф. Масарик визначають лідерство як міжособистісну взаємодію, яка виявляється в конкретній ситуації на основі комунікативного процесу і спрямована на досягнення мети⁴.

К. Бланшар розуміє лідерство як партнерство, що має на увазі взаємну довіру між двома людьми, які працюють разом для досягнення загальних цілей.⁵

П. Друкер визначає, що лідерство – це міжособистісна взаємодія, що проявляється в певній ситуації за допомогою комунікаційного процесу і спрямована на досягнення специфічної мети або цілей.⁶

? Питання для обговорення:

1. У чому схожі, а в чому відмінні запропоновані визначення «лідерства»?

2. Як ви визначаєте для себе, що таке «лідерство»?

3. Які ключові елементи, на ваш погляд, має містити «лідерство»?

4. Яких ключових елементів, на ваш погляд, не вистачає у визначеннях?

4. Бізо Л. Розвиток лідерства / Л. Бізо, І. Ібрагімова, О. Кікоть, Є. Барань, Т. Федорів; за заг.ред. І. Ібрагімової // К.: Проект «Реформа управління персоналом на державній службі в Україні», 2012. – 400 с.

5. Бланшар К. Лідерство: к вершинам успеха / К. Бланшар // СПб. : Питер, 2008. – 368 с.

6. Друкер П. Ф. Эффективное управление предприятием: учебное пособие / П. Ф. Друкер // М: Вильямс, 2009. – 224 с.

Основні підсумки обговорення фіксуються і систематизуються тренером на аркуші «Ключові елементи лідерства». На основі цих підсумків здійснюється узагальнений висновок щодо оцінювання учасниками визначень лідерства та його компонентів.

✓ Вправа «Цінності лідера»

Мета: пізнання системи цінностей учасників.

Завдання: визначення власних цінностей учасників та формування системи цінностей учасників.

Матеріали: список цінностей на аркуші паперу для кожного учасника (додаток А), аркуші А4 для кожного учасника, олівці, фломастери.

★ Матеріал для тренера

Цінності – це, передусім, внутрішнє «Я» лідера. Особистісні цінності і ціннісні орієнтації знаходяться в основі будь-якої філософії лідерства. Вони формують особистісні якості та характеристики лідерів, що, в свою чергу, вплине на їх повсякденну діяльність і прийняття поведінкових рішень.⁷ Отже, лідерські якості на пряму залежать від високо сформованих ціннісних орієнтацій людини.

Тренер пропонує учасникам виконати завдання на визначення власних цінностей, якими вони керуються в житті. Дана вправа виконується у два етапи.

▶ Етап 1.

Тренер роздає кожному учаснику аркуш з переліком цінностей (додаток А) і пропонує ознайомитися з ними протягом 2-4 хвилин. Далі тренер по черзі зачитує завдання. Учасники виконуючи завдання відмічають по 4 (чотири) цінності, які є найбільш важливими для них. Цінності можуть повторюватись.

Завдання 1: Відмітьте 4 (чотири) цінності, на які ви витратите ваші гроші.

Завдання 2: Відмітьте 4 (чотири) цінності, на які ви витратите ваш час.

Завдання 3: Відмітьте 4 (чотири) цінності, на які ви витратите вашу енергію.

Завдання 4: Відмітьте 4 (чотири) цінності, захищаючи які ви можете піти на конфлікт.

Завдання 5: З усіх відмічених вами цінностей оберіть чотири найбільш важливі для Вас.

7. Котляров И. В. Социология лидерства: теоретические, методологические и аксиологические аспекты / И. В. Котляров // Минск: Беларусь. Наука. – 2013. – 481 с.

Етап 2.

Тренер пропонує учасникам протягом 5-8 хвилин намалювати себе і 4 основні цінності, які учасники обрали виконуючи завдання 5. Після цього запропонувати в довільному порядку підходити до інших учасників представляючи свої цінності і знайомитись з цінностями інших учасників. Основне завдання – знайти учасників зі схожими цінностями.

? *Питання для обговорення:*

1. Наскільки важливо лідеру мати власні цінності? Чому?
2. Чи впливають цінності на поведінку лідера, його стиль управління?
3. Чи знайшли Ви учасника з такими ж цінностями як у Вас? Чому?
4. Чи важливо мати спільні цінності лідеру та його підлеглим? Які це мають бути цінності?

Цінності

Цілісність	Почуття	Духовність	Досягнення	Креативність
Підзвітність	Прийняття	Адаптивність	Спроможність	Створення
Відкритість	Комфорт	Альтруїзм	Виклик	Допиловість
Зобов'язання	Співчуття	Баланс	Компетенція	Відкриття
Медійність	Емпатія	Доброчинність	Достовірність	Дослідження
Надійність	Благодать	Спілкування	Рішучість	Виразність
Гідність	Вдячність	Спільнота	Розвиток	Уява
Честь	Щастя	Зв'язок	Драйв	Інновація
Чесність	Надія	Свідомість	Ефективність	Питливість
Відповідальність	Натхнення	Внесок	Витривалість	Інтуїція
Щирість	Неповага	Співпраця	Досконалість	Відкритість
Прозорість	Радість	Ввічливість	Слава	Оригінальність
Довіра	Доброта	Відданість	Благородство	Унікальність
Правда	Любов	Рівність	Ріст	Цікавість
	Оптимізм	Етика	Важка робота	
Задоволення	Пристрасть	Справедливість	Покращення	Інтелект
Розвага	Мир	Спорідненість	Вплив	Яскравість
Досвід	Рівновага	Вірність	Інтенсивність	Розумність
Ентузіазм	Повага	Дружба	Лідерство	З д о р о в и й глузд
Веселоці	Вдоволеність	Щедрість	Майстерність	Передбачення
Грайливість	Шанування	Віддавати	Мотивація	Геній
Відпочинок	Задоволення	Доброчесність	Продуктивність	Проникливість
Спонтанність	Ясність	Гармонія	Завзятість	Знання

Сюрприз	Вдячність	Смирення	Потенціал	Навчання
	Спокій	Лояльність	Сила	Логіка
Присутність	Привітність	Зрілість	Професійність	Відкритість
Повільність		Значення	Добробут	Реалістичність
Уважність	Сила	Самовідданість	Визнання	Причина
Усвідомлення	Амбіції	Чутливість	Результат	Мислення
Ясність	Впевненість	Послуга	Ризик	Здібності
Концентрація	Сміливість	Ділитися	Значимість	Вдумливість
Фокус	Самовпевненість	Духовність	Навички	Розуміння
Тиша	Самовідданість	Управління	Навченість	Бачення
Простота	Дисципліна	Підтримка	Статус	Мудрість
Самітність	Жорсткість	Сталість	Успіх	Порядок
	Стійкість	Групова робота	Талант	Точність
Свобода	Завзятість	Толерантність	Перемога	Обережність
Незалежність	Сила	Єдність	Багатство	Безсумнівність
Індивідуальність	Стриманість	Наповненість	Першість	Чистота
Воля	Суворість			Послідовність
	Самостійність	Здоров'я		Контроль
Відвага	Помірко-ваність	Енергія		Переконання
Сміливість	Жорсткість	Життєздатність		Економія
Переконання	Жвавість	Жвавість		Правосуддя
	Бажання			Законність
				Поміркованість
				Організація
				Безпека
				Стабільність
				Структура
				Ретельність
				Вчасність



Вправа «Рівні лідерства»

Мета: ознайомлення та засвоєння основних рівнів лідерства.

Завдання: обговорення рівнів лідерства за Джоном Масквелом; рефлексія учасників щодо рівня на якому перебувають учасники; стимулювання потреби у підвищенні свого рівня лідерства та розвитку.

Матеріали:

Тренер робить акцент на тому, що лідерство — це вплив. Збільшити свій лідерський потенціал і силу впливу можливо, якщо зрозуміти свій рівень лідерства.

Тренер демонструє коротку презентацію 5 рівнів лідерства за Джоном Масквелом, пропонує самостійно ознайомитися з таблицею та відповісти на запитання: «На якому рівні я перебуваю зараз? На якому рівні я хочу бути?».

Учасники повинні скласти список своїх безпосередніх підлеглих або послідовників. І задати просте запитання: «На якому рівні лідерства я перебуваю, на думку цієї людини?» та поставити цифру від «1» до «5» навпроти кожного. Це допоможе зрозуміти, на якому рівні лідерства учасник знаходиться із кожним зі своїх підлеглих.

❓ *Питання для обговорення:*

1. Чи зрозумілі кожний з 5 рівнів лідерства?
2. Чи легко було визначити Ваш рівень лідерства?
3. Чи відрізняються Ваш рівень, який ви визначили від того, на якому ви можете бути на думку Ваших підлеглих чи послідовників?
4. Матеріал для тренера та роздатковий матеріал для вправи.

Таблиця 1

П'ять рівнів лідерства за Дж. Масквелом⁸

Рівень 5 ОСОБИСТІСТЬ	Ключове – повага . Люди підпорядковуються через те, ким ви є і що ви репрезентуєте.	На цьому рівні лідерства люди вам довіряють, поважають, поділяють Ваші цінності й якості, які ви проявляєте. Підпорядковуються Вам вами через те, що ви зробили і що досягли для організації і для них особисто. На думку Дж. Масквела тільки одиниці досягли цього рівня лідерства, але це можливо зробити.
Рівень 4 РОЗВИТОК ЛЮДЕЙ	Ключове – відтворення . Люди підпорядковуються вам через те, що ви зробили для них.	За Дж. Масквелом лідер є великим не через власну силу, а завдяки здатності робити інших сильнішими. На другому рівні люди люблять свого лідера, на третьому рівні – захоплюються, а на четвертому – вірний лідеру. Лідерське ядро, яке оточує вас, має складатися з людей, на яких ви особисто вплинули чи яким допомогли розвинути у певний спосіб.

8. Джон Масквел Розвинь лідера в собі/ Пер. з англ. Н. Гербіш. – К.: Брайт Стар Паблішинг, 2017. – С 20.

<p>Рівень 3 РЕЗУЛЬТАТ</p>	<p>Ключове – результат.</p> <p>Люди підпорядковуються вам через те, що ви зробили для організації.</p>	<p>Результат – основна причина діяльності. Це головна відмінність між другим і третім рівнями. На рівні стосунків люди об'єднуються просто заради об'єднання. На рівні результатів, люди об'єднуються, щоб досягти певної мети.</p> <p>Основна мета лідера на цьому рівні: досягати результатів за допомогою особистого прикладу. Якщо ви досягаєте позитивних результатів у своїй діяльності, то ви мотивуєте людей розвиватися і ставати кращими. За Дж. Максвелом на цьому рівні цілі легко досягають, плинність кадрів низька, потреби задовольняються, кожен працівник орієнтований на результат.</p>
<p>Рівень 2 ДОЗВІЛ</p>	<p>Ключове – відносини.</p> <p>Люди йдуть за вами тому, що хочуть.</p>	<p>На цьому рівні люди самі бажають йти за вами, якщо ви чітко вибудували з ними стосунки (офіційні й неофіційні). Якщо ви не в змозі будувати міцні, тривалі взаємини – ви не зможете забезпечити тривале, ефективне лідерство. Неможливо керувати людьми не люблячи їх. Порада від Дж. Максвела – не намагайтеся перескочити цей рівень. Якщо перший рівень «посада» є дверима до лідерства, то другий рівень – це основа!</p>
<p>Рівень 1 ПОСАДА</p>	<p>Ключове – повноваження.</p> <p>Люди підпорядковуються вам, бо зобов'язані це робити.</p>	<p>Люди на рівні «посади» йдуть за вами, тому що ви командир або начальник. Ви маєте звання, посаду і всі, хто підпорядкований вам, йдуть за вами. Це лише початок лідерства. Ви маєте позицію лідера, але вона не робить вас справжнім лідером. За Дж. Максвелом, люди нагадують курей, за визначенням норвезького психолога Т. Шельдеруп-Еббе – розробника принципу неофіційної ієрархії, так званої «послідовності клювання», який нині використовують для опису всіх типів соціальних груп.</p>

✓ Вправа «Якості лідера»

Мета: визначення ключових якостей лідера.

Завдання: розробка, презентація та обговорення основних якостей лідера; рефлексія учасників щодо якостей, які допоможуть досягти успіху на кожному з 5 рівнів лідерства.

Матеріал: аркуші А1 та маркери за числом малих груп.

Тренер об'єднує учасників у 5 малих груп відповідно до основних рівнів лідерства. Завдання учасників полягає у тому, щоб обговорити, які компетенції (знання, вміння, навички) та інструменти допоможуть досягти успіху на кожному з 5-ти рівнів лідерства за Дж. Максвелом.

Учасники повинні заповнити таблицю та представити результати іншим групам.

Рівень влади	Якості лідера	Інструменти впливу
--------------	---------------	--------------------

? *Питання для обговорення:*

1. Чи розвиваєте ви свій лідерський потенціал?
2. Чи використовуєте ви свої лідерські якості? В яких ситуаціях?
3. Як лідерські якості впливають на обраний інструмент впливу на підлеглих?

Основні підсумки обговорення фіксуються і систематизуються учасниками на аркуші «Якості лідера, які потрібні для того, аби досягти успіху на відповідному рівні». На основі цих підсумків здійснюється узагальнений висновок щодо умінь, якими має володіти лідер.

✓ **Вправа «Презентація лідерських якостей»**

Мета: аналіз своїх лідерських якостей та умінь.

Завдання: проаналізувати свої лідерські якості та вміння; сформулювати навик вживання лідерських дієслів; освоїти техніку самопрезентації.

Матеріали: аркуші зі списком лідерських дієслів, аркуші А1 та маркери за числом малих груп.

✓ **Вправа «Презентація лідерських якостей».**⁹ Тренер ділить учасників на малі групи. Кожен із учасників отримує завдання, у якому запропоновано 50 лідерських дієслів. Учасникам слід написати фразу чи речення навпроти кожного із перелічених слів, демонструючи те, що вони «організували», «досліджували» у житті. Даний досвід не повинен бути орієнтованим виключно лише на професійній діяльності.

1. Необхідно виділити 5 найважливіших для учасника, як лідера та заповнити таблицю, навести факти, результати (наприклад, я

9. Розвиток лідерських якостей : програма тренінгу / Алла Богданівна Мудрик, Христина Юріївна Шишкіна. – Луцьк, 2013. – С 36-38.

організував обіди для колег, це зекономило час обідньої перерви, так колеги мають вільний час для невеликого відпочинку під час перерви)

2. Вибрати 5 дієслів, які є необхідними для вашої команди учасника. Оцінити за 5-бальною шкалою за важливістю.

★ *Матеріали для тренера та роздатковий матеріал до вправи*

Список лідерських дієслів: Домовлявся, Демонстрував, Продавав, Досліджував, Пропонував, Завершив, Побудував, Структурував, Переміг, Досяг успіху, Розвив, Організував, Продублював, Досягнув, Інстальював, Підтримав, Спланував, Створив, Отримав, Відтренував, Реконструював, Спланував, Спростив, Оперував, Досліджував, породив, Структурував, Заснував, Продумав, Збільшив, Скоротив, Написав, Досягнув, Розробив, Надав, Просунув, Модернізував, Продав, Вирішив, Запровадив, Мотивував, Реалізував, Скоординував, Проконтролював, Очолив, Очолував, Рекомендував, Виробив, Усунув, Сприяв.

? *Питання для обговорення:*

1. Які свої лідерські якості ви могли би назвати в результаті проробленої роботи у ході виконання вправи?

2. Чи був хтось здивований числом своїх досягнень та лідерських умінь, якими він володіє?

3. Які саме уміння та навички раніше не усвідомлювались Вами?

4. Які навички учасників групи справили на Вас найбільше враження?

5. Які саме лідерські слова Вам найбільш близькі (назвіть 5-ть)?

Заключна частина

✓ **Вправа «100 %?»¹⁰**

Мета: закріплення набутих знань та навичок.

Завдання: повторення основних та отриманих під час тренінгу знань та навичок; створення позитивної атмосфери.

Матеріали: аркуші із написами: 0%, 25%, 50%, 75%, 100%.

На підлозі вздовж тренінгової кімнати розміщуються аркуші із написами: 0%, 25%, 50%, 75%, 100%. Тренер починає згадувати різні аспекти теми тренінгу і пропонує учасникам зайняти позицію біля аркуша із процентами, що відображає їхнє відчуття щодо рівня засвоєних знань.

Наприклад, тренер озвучує тему «Я розумію, що таке лідерство», учасники оцінюють міру свого розуміння і гуртуються біля табличок

10. Навчальний посібник для тренерів у сфері підготовки молодіжних працівників/Міністерство молоді та спорту України, Преставництво ООН в Україні, Державний інститут сімейної та молодіжної політики/О. Мурашкевич, І. Сущенко, К. Савчук, О. Юрик – К.: ТОВ «Компанія ВАІТЕ», 2014. – 213 с

відповідно до ступеня самооцінки свого розуміння теми. Після того, як групи зібралися біля аркушів, тренер просить будь-кого з учасників прокоментувати, чому він зайняв саме це місце.

Рекомендована кількість тем або запитань, що згадуються впродовж вправи – п'ять.

Підведення підсумків

Тренер коротко згадує основні питання, що були розглянуті протягом тренінгу. Разом з учасниками аналізує результати роботи, учасники діляться емоціями, думками і враженнями, з'ясовують, наскільки виправдалися їхні очікування від теми, спілкування, власної поведінки протягом тренінгу.

Насамкінець тренер виступає із заключним словом.

Список використаної літератури:

1. Бізо Л. Розвиток лідерства / Л. Бізо, І. Ібрагімова, О. Кікоть, Є. Барань, Т. Федорів; за заг.ред. І. Ібрагімової // К.: Проект «Реформа управління персоналом на державній службі в Україні», 2012. – 400 с.
2. Бланшар К. Лідерство: к вершинам успеха / К. Бланшар // СПб. : Питер, 2008. – 368 с.
3. Вчимося самотійності: навч.-метод. посіб. / За загал. ред.: Т. П. Спіріної; автор. кол.: Ю. М. Галустян, А. В. Каравай, А. Б. Кочарян, Т. Д. Мельник. – К.: Видавництво ФОП Москаленко О. М., 2011. – 214 с.
4. Дафт Р.Л. Уроки лідерства. М., 2006. С. 20
5. Джон Максвел Розвись лідера в собі/ Пер. з англ. Н. Гербіш. – К.: Брайт Стар Паблішинг, 2017. – 184 с.
6. Друкер П. Ф. Эффективное управление предприятием: учебное пособие / П. Ф. Друкер // М: Вильямс, 2009. – 224 с.
7. Котляров И. В. Социология лидерства: теоретические, методологические и аксиологические аспекты / И. В. Котляров // Минск: Беларус. Наука. – 2013. – 481 с.
8. Навчальний посібник для тренерів у сфері підготовки молодіжних працівників /Міністерство молоді та спорту України, Преставництво ООН в Україні, Державний інститут сімейної та молодіжної політики/О. Мурашкевич, І. Сущенко, К. Савчук, О. Юрик – К.: ТОВ «Компанія ВАІТЕ», 2014. – 213 с
9. Психологічні тести : у 2 т. / Під ред. А.А. Кареліна – М.: Изд. центр ВЛАДОС, 2002. – Т.1 – 312 с.
10. Посібник для тренера . Аста-Марія Кенней, Покотило Л.І., Голоцван О. А., Грищенко О. В., Івасівка З. М., Квашенко В.П., Сало Н. Й. – Київ. – 2010. – 93 с.
11. Розвиток лідерських якостей : програма тренінгу / Алла Богданівна Мудрик, Христина Юрїївна Шишкіна. – Луцьк, 2013. – С 36-38.

ГРОМАДЯНСЬКЕ САМОВИЗНАЧЕННЯ ТА РОЗВИТОК ГРОМАДЯНСЬКОЇ АКТИВНОСТІ МОЛОДІ (8 годин)

Мета тренінгу: розвиток особистісного, громадянського самовизначення та соціально-психологічних детермінантів громадської активності, що сприятиме підвищенню рівня громадянської культури. Підвищення рівня практичних знань у сфері громадського активізму серед громадян, які втомилися від безладу у певній сфері (благоустрій, екологія, логістика, озеленення, робота дитячих садків, шкіл, медичних установ тощо) і хочуть взяти ініціативу розвитку добробуту громади у свої руки.

Завдання:

- окреслити провідні теоретичні аспекти основ громадянськості, активності молоді та її взаємозв'язок з активною життєвою позицією;
- розкрити потенціал ініціативи та включення в громадське життя своєї країни;
- розкрити навички громадянської культури через призму громадянської самовизначеності;
- навчити громадянському мисленню та включення в активне суспільне життя.

Вміння:

- володіти знаннями про важливість громадянського самовизначення та його вплив на розвиток суспільства;
- аналізувати власні дії щодо залучення до активної громадянської позиції;
- планувати своє життя з урахуванням важливості розвитку громадянської самовизначеності;
- формувати громадянську активність серед оточуючих.

Навички:

- ресурсів особистісного зростання через самопізнання громадянської самовизначеності, розкриття власного потенціалу;
- підвищити рівень розвитку громадянської позиції як основи громадянського суспільства;
- оцінювання можливостей щодо громадянської активної позиції та громадянського самовизначення.

Ключові слова: активність молоді, громадянське самовизначення, добробут громади, потенціал, розвиток суспільства, свідоме суспільство.

Активність. Знайомство

На початку тренінгового заняття, пропонуємо познайомитися один з одним та активізувати увагу за допомогою ігрової форми. Кожен на стікерах пише своє захоплення та країну, в якій хоче побувати найбільше. Потім тренер по черзі зачитує означене з питанням, чому саме та чи інша країна, чим це мотивовано. Таким чином, протягом 5-7 хвилин можна дізнатися цікаві факти щодо захоплень та інтересів учасників, а самим учасникам дати можливість мрійливого легкого стану.

Наступна вправа на активізацію уваги.

Вправа «Америка».

Мета: зняти м'язове напруження, активізувати учасників до роботи, сприяти створенню доброзичливої партнерської атмосфери.

Хід проведення: Тренер пропонує учасникам запам'ятати послідовність слів «Дакота, Нью-Йорк, Вашингтон», і відповідних рухів. На слові «Дакота» учасники роблять крок правою ногою; «Нью-Йорк» – лівою; «Вашингтон» – кругові рухи бедрами (ніби збовтують напій).

Учасники стають у колону, тримаючи один одного за талію на відстані витягнутої руки. З кожним наступним разом виконання вправи вони зменшують відстань між собою (ущільнюються). До уваги тренера! Ця вправа передбачає, що група для успішного і синхронного виконання рухів має домовитися: про початок руху; в якій бік починати рухи бедрами, з якою швидкістю і амплітудою.

➡ **Тематичний блок 1.** Громадянське самовизначення – великий крок у розбудові свідомого суспільства.

Стаючи в процесі формування суб'єктом пізнання, спілкування і праці, індивід усвідомлює своє суспільне становище, вибирає свою власну систему цінностей, визначає життєві цілі та ідеали, знаходить способи їх реалізації. Вирішальна роль в процесі громадянського самовизначення особистості, її самоідентифікації з провідними громадянськими цінностями належить самосвідомості особистості. Отже, розуміючи модель саморозвитку особистості та знаючи соціо-психологічні чинники й закономірності становлення суб'єкта саморозвитку, можна здійснювати вплив на розвиток громадянського самовизначення особистості¹¹.

11. Хан О. О. Тренінг розвитку громадянського самовизначення та громадської

Активні соціальні контакти, особистий розвиток, цінність індивідуальності, особисті досягнення, престиж та духовне задоволення. Мусимо визнати, що цінності визначають соціокультурний контекст будь-якої соціальної дії, слугують основою формування фундаментальних норм соціальної взаємодії, вони є причиною, котра спонукає до певного виду діяльності. Звідси випливає, що глибинними регуляторами людських дій стають, зрештою, потреби і цінності.

Цінності – це «орієнтири, що існують у свідомості кожної людини, з якими індивіди і соціальні групи співвідносять свої дії. На основі цих орієнтирів складаються конкретні типи поведінки». Нинішній стан ціннісного світу, зокрема й українського, надто неоднозначний, складний і багато в чому суперечливий. Він характеризується, з одного боку, кризою старої ідеології, крахом застарілих цінностей, масовою відмовою від радянських символів, а з іншого – перегрупуванням носіїв цієї ідеології. Замість старого погляду на культуру, яка домінувала раніше, виникає багато культурно-ціннісних світів, різних ціннісних систем, що співіснують¹².

Тому варто відзначити, що на розвиток життєвих цінностей впливає соціальна та політична, економічна та культурна ситуації, що панують в державі. Громадянська самовизначеність виникає за умови опанування особистістю провідних громадянських цінностей. Саме громадянські цінності є внутрішньопсихологічною основою громадянської спрямованості.

Розглядаючи самовизначеність, варто звернути увагу на громадянську спрямованість, що є наступним етапом після встановленої громадянської позиції, М. Й. Боришевський зазначав, громадянська спрямованість є відносно стійкою системою мотивів, яка виникає на основі присвоєних індивідом громадянських цінностей, що набрали для нього суб'єктивної значущості і виступають внутрішніми спонуканнями до вияву самоактивності з метою реалізації таких цінностей у процесі життєдіяльності. Громадянська спрямованість є результатом виникнення в індивіда стійкої самоідентифікації зі змістом громадянських цінностей, що виступають як внутрішня потреба, засіб самоствердження й самореалізації, як умови визначення основних життєвих орієнтирів. Дослідник підкреслює, що громадянська спрямованість є інтегральною характеристикою особистості як члена

активності молоді. – Режим доступу: <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v6/i9/51.pdf>

12. Мартинюк И. О. Проблемы жизненного самоопределения молодежи: опыт прикладного исследования./ Мартинюк И. О. – К., 1993. - 117 с.

національної спільноти і що саме в ній віддзеркалюються рівень, глибина усвідомлення людиною світу прав та обов'язків перед співвітчизниками, перед Українською державою¹³.

► **Практикум 1.** Осмислення громадянської самовизначеності
Відпрацювання методу особистісної репрезентації. Вправа «Максима»

Мета: формулювання та висловлювання своєї точки зору на основі думок інших людей, як правило тих, хто є відомими та соціально прийнятим своєю думкою.

Обладнання: РР-презентація, картки із цитатами.

Хід проведення:

Тренер пропонує скласти особисту репрезентацію, яка базується на висловлюваннях відомих людей, що стало смислоутворюючим надбанням для суспільства. Учасники засвоюючи та аналізуючи фрази формують власну думку.

Тренер наводить на картках цитати відомих людей, цитати можна обрати різними, як і їх авторів. Провідне завдання учасників замислитися над зазначеними висловами сформулювати свій глибинний смислоутворюючий процес, занурюючись у свої цінності та бачення світу.

1. Подивимося навколо себе очима громадянина – на кожному кроці ми побачимо поле застосування сил (В. Сухомлинський).

2. Головне з провідних завдань особистості – це бути корисною як для людей навколо тебе, так і для суспільства в цілому (В. Вернадський).

3. Народ, який не знає своєї історії, є народ сліпців (О. Довженко)

4. Майбутнє держави пов'язане з вихованням громадянина (Т. Джефферсон).

5. Не питай, що тобі може дати держава, а запитай себе, що ти можеш дати державі (Д. Кеннеді).

6. А всім нам вкупі на землі єдиномисліє подай і братолюб'є пошли (Т. Шевченко).

7. Ставайте дочками та синами, а не пасинками своєї святої землі, своєї держави, свого мудрого, наділеного найвартіснішими чеснотами великого народу... (Є. Товстуха).

8. Перед нашою молоддю стоїть блискуче завдання – стати батьками майбутнього своєї нації (Олена Теліга).

Далі кожен учасник вправи озвучує написану ним «максиму», уточнюючи, що є найголовнішим у його висловлюванні і який висновок із сформульованого ним судження можна зробити.

13. Там само.

Тренеру рекомендується не менш як 50% матеріалу використовувати з української практики, аби учасники ще краще могли усвідомити перелік та силу українського духу. Також корисно використовувати великих мудреців різних часів та сторін світу.

► **Практикум 2.** Громадянське самовизначення

Тренер презентує учасникам особливості використання у громадянському самовизначенню та самовихованню рефлексивно-експліцитного методу.

Він зазначає: – назва цього методу походить від слів рефлексія (лат. reflexio – вигин, відображення) – мислення, яке спрямовує особа на свій внутрішній світ, самоаналіз; та експліцитний (від лат. explicitus – розгорнутий) – явний, чіткий, доступний зовнішньому спостереженню і розумінню; – суть рефлексивно-експліцитного методу полягає в тому, щоб через атмосферу суб'єкт-суб'єктної взаємодії педагога і вихованця спонукати юнаків і дівчат до ґрунтового усвідомлення свого внутрішнього світу (емоцій, почуттів, мотивів, цінностей, потреб, інтересів, бажань, прагнень, ідеалів).

Завдання тренера:

– знайти у досвіді молодої людини маленькі патріотичні вчинки, усвідомлення громадянської самовизначеності;

– унікальність рефлексивно-експліцитного методу (методу емоційного занурення) полягає в тому, що його застосування може посилити виховну ефективність більшості форм та методів становлення патріотизму особистості.

? *Питання тренера за рефлексивно-експліцитним методом:*

1. Як ви розумієте термін «громадянськість» та «громадянство», «самовизначеність» та «самовиховання»?

2. Як людина може громадянськість на своїй Батьківщині? Як учень, студент може проявити громадянськість сьогодні?

3. Чи потрібна така якість в наш час? Кому вона потрібна?

4. Якщо люди будуть виявляти громадянськість, як це може вплинути на життя суспільства, України?

5. Чи матиме діяльність учня, студента, молоді, спрямована на вияв відданості Батьківщині, чіткої громадянської позиції вплив на своїх однолітків? У чому це проявлятиметься?

6. Що, на вашу думку, відчуває учень, який має громадянську самовизначеність, користується нею та презентує у своєму житті?

7. Як у наш час оцінюється вияв відданості іншими людьми?

8. Яка якість протилежна громадянськості та самовизначенню?
9. Чому людина може виявляти таку якість? Що може бути причиною такої поведінки? Як можна цього уникнути?
10. Чи знаєте ви людей, які мають громадянську позицію, є самовизначенні?
11. Хто може назвати себе само визначеним, самовизначеним у своїй громадянській позиції відданим країні? Які ваші вчинки свідчать про це?
12. Пригадайте, якими були ваші почуття, коли ви здійснили цей вчинок? Хто бачив чи чув про ваш вчинок? Як відгукнувся про вас? Як відреагували на ваш вчинок вчителі, батьки, друзі?
13. Чи відчували ви в цей момент повагу до себе? Що ще ви відчували?
14. Чи цікаво було б вам познайомитися, заприятелювати з однолітками, які проявляють такі якості та іншими особистостями?
15. Чи хотіли б ви ще виявити громадянськість? Що ви готові для цього зробити?

Тематичний блок 2. Громадянська активність молоді

Громадянська активність розглядається як одна з форм соціальної активності соціальних суб'єктів, яка має на меті впливати на прийняття соціально-політичних рішень, реалізацію своїх інтересів.

Такі феномени як діяльність, поведінка, участь – це прояви, якісні характеристики, зовнішній (поведінковий) рівень активності.

Внутрішній рівень активності складають інтереси, мотиви, потреби, настанови, переконання, цінності.

Активність може обмежуватися простим виконанням певних правил, а може бути спрямованою на мобілізацію та солідаризацію навколо певної мети чи ідеї^{14, 15}.

Основу громадянської активності складають: інтерес до суспільної і громадської роботи; організаторські здібності; ініціативність; вимогливість до себе; відповідальність за виконання громадських доручень; готовність допомагати іншим.

14. Психолого-педагогічні умови виховання громадянської спрямованості в юнацькому віці / За заг. ред. М.І. Боришевського. – К.: Міленіум, 2004. - 298 с

15. Остапенко М. Громадянська активність як основа формування громадянського суспільства. – Режим доступу : <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26831/14Ostapenko.pdf?sequence=1>

Серед функцій громадянської активності науковці виділяють: здійснення впливу на рішення, які приймаються в суспільстві; участь у розробці законів або розпоряджень; зміна або відхилення правових актів; артикуляція групових та суспільних інтересів; самовдосконалення¹⁶.

Громадянська активність, як відомо, не фіксується як обов'язкова в нормативних документах. Проте у багатьох країнах вона виявляється постійною. Наприклад, на рівні волонтерської роботи. Так, у Німеччині кожен третій присвячує свій вільний час загальному добру. В середньому від 14 до 21 години на місяць громадяни віддають передусім спорту й організації дозвілля, роботі з дітьми та молоддю, в церкві чи в царині охорони здоров'я або культури й освіти. Протягом останніх років їхня активність загалом зросла, але переноситься з великих об'єднань у менші, в самоорганізовані групи та змінні проекти. «Третій сектор» між державою і ринком має також економічне значення. Громадянська активність оцінюється в 4,6 млрд робочих годин на рік¹⁷.

Молодь є рушійною силою розвитку суспільства, і такий рушій безпосередньо буде залежати від «якості» такої молоді. У кожної молодої людини можуть бути десятки різних інтересів, сфер професійної діяльності, захоплень, вподобань і т.д., але, якщо кожен з нас буде підтримувати активну громадянську позицію, то ми зможемо досягнути об'єднання та цілісності не тільки нашої країни, але й планети в цілому. Саме громадянська самовизначеність та громадянська позиція є спільним фактором мільйонів різних людей.

Практикою доведено, що всі високорозвинені країни мають активний контролюючий орган – молодь і не тільки, які цікавляться суспільно-політичним, економічним, культурним розвитком та життям своєї країни. В чому полягає така активність та як її промоніторити чи виміряти? Все достатньо просто, адже активна громадянська позиція це не лише участь у мітингах за чергове незаконне прийняття рішень чи страйк робочого класу за певне право, чи постійний аналіз діяльності органів місцевого самоврядування та центральних політиків в цілому,

16. Саврасова-В'юн Т. О. Наукові підходи щодо вивчення феномена громадянської активності [Електронний ресурс] / Т.О.Саврасова-В'юн. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26831/14Ostapenko.pdf?sequence=1>

17. Громадянське суспільство – активність на користь громаді [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tatsachen-ueber deutschland.de/uk/suspilstvo/inhaltsseiten/hintergrund/gromadjanskesuspilstvo-aktivnist-na-korist-gromadi.html?type=1000&no_cache=1.

це також і дбайливе ставлення до оточуючого світу, до природи, до людей, приймати всі законні норми, бути відповідальним та вимагати дотримуватися законів та порядку інших.

► **Практикум 1.** Сильні сторони особистості для формування громадської активності

✓ **Вправа «Мої сильні сторони»**

Мета: Сформуванню уявлення в учасників про свої слабкі та сильні сторони не лише уявно, але й практично, сприяти осмисленню обох сторін для можливості використання в майбутньому процесі громадянського активізму.

Хід проведення. Тренер пропонує учасникам аркуші паперу, які пропонується розмалювати різними настроями, наприклад, одну сторону певними позитивними та яскравими відтінками, оскільки там будуть записані сильні сторони особистості. Іншу сторону аркушу візуально треба розділити на дві частини, одну зробити більш похмурою, а іншу, так само, як і першу – яскравою, веселою та позитивною. На другій стороні аркуші в похмурій розмальовці пишемо свої слабкі сторони, а потім намагаємося кожен слабку сторону трансформувати в сильну, переносячи в позитивну сторону.

Багато, щоб учасники зачитали свої сильні сторони та слабкі, які вони трансформували в сильні та яким чином.

Деяким учасникам може достатньо важко даватися трансформування слабких сторін в сильні, тож рекомендується спільними зусиллями з іншими учасниками допомогти.

? **Питання для обговорення:**

1. Чи виникали труднощі під час виконання цього завдання, якщо так, то які саме?

2. Як ви вважаєте, який головний сенс означеної вправи?

3. Чи є щось нове, що ви для себе дізналися при виконанні даної вправи, в тому числі можливо ви навчилися розуміти як використовувати свої слабкі сторони для досягнення мети?

✓ **Вправа «Моя найкраща якість»**

Мета: сприяти фіксуванню позитивної якості особистості.

Хід проведення. Тренер пропонує учасникам записати на листочках свої найкращі якості, які у нього є. Після цього обрати зі списку якість, яка є найкращою в кожного, найяскравішою. Потім, кожен називає цю якість і виконує дії зі слів тренера, а саме: «закриваємо очі, та згадуємо ситуації, в яких ця якість проявлялася, намагаємося зрозуміти, що ми

відчуваємо, згадуючи про практичну реалізацію цієї якості, які емоції вона викликає, як ми почуваємося. Потім знову повертаємося до цієї якості, згадуючи вже іншу ситуацію...».

? *Питання для обговорення:*

1. Які відчуття викликало у вас виконання цього завдання?
2. Чи можна охарактеризувати ваші почуття як приємні та позитивно направлені? Чи є передбачення того, з якою метою виконувалися ці завдання?

✓ **Вправа на рефлексію попереднього дня тренінгу «Я сьогодні краща(ий) ніж учора, тому що...».**

Мета: поглиблення знайомства, актуалізація результатів спільної роботи попереднього дня.

Обладнання: заставка із назвою вправи.

Хід проведення: Кожен з учасників (по колу чи у довільному порядку) проговорює твердження «Я сьогодні краща (ий) ніж учора, тому що...».

До уваги тренера! Важливо, щоби фрази мали позитивний характер; їх продовження не повинно викликати в учасників ніяких ускладнень, сумних думок чи занадто глибокої рефлексії.

► **Практикум 2.** Кожен творець майбутнього навколо нас.

✓ **Вправа «Лист до себе у майбутнє»**

Мета: надати учасникам можливість проаналізувати своє сьогоднішнє та подумати про своє майбутнє.

Хід проведення. Тренер повідомляє завдання кожному учаснику – написати собі лист, який буде заклеєний та відкритий через 10 років.

Учасники мають коротко описати, які вони зараз, що їх цікавить, що вони думають стосовно свого майбутнього, який вигляд вони матимуть, чим займатимуться, хто буде поруч, що вони хочуть побажати собі на майбутнє. А також, яку роль вони виконуватимуть суспільстві, яке місце займатимуть у своїй державі, яким чином вони будуть учасником розвитку країни.

За бажанням учасники зачитують свої послання у майбутнє.

? *Питання для обговорення:*

1. Які труднощі виникли у вас під час виконання завдання?
2. З якою метою виконувалася вправа?
3. Що нового ви для себе з'ясували?

✓ **Вправа «Я хазяїн» (10 хв.)**

Мета: сприяти у набутті учасниками навичок впевненої поведінки, спрямованої на прояв громадянської активності.

Хід проведення. Тренер ставить учасникам запитання: Яке ваше уявлення про господаря?

Можливі варіанти відповідей: сильна, впевнена у собі людина, не тривожна, не чекає оцінок, сама готова оцінювати, може керувати іншими, вільно поводитьься. Далі слова тренера мають бути такі: «Одна із головних рис хазяїна – впевненість у собі. Хто із вас впевнений у собі, встаньте, будь ласка! Поздоровляю тих, хто встав першим! Інші можуть присісти. Я вірю, що ти дійсно хазяїн, але доведи це присутнім. Щось зроби, скажи чи організуй так, щоб ні у кого не залишалось сумнівів, що ти хазяїн. Починай! Тепер передай повноваження хазяїна комусь із присутніх («Хазяїном будеш ти!»). Наступний учасник має також довести, що він може називатися хазяїном».

? **Питання для обговорення:**

1. Що ви відчували під час проведення вправи?
2. Як ви вважаєте, навіщо ми виконували цю вправу?
3. Чи додала вправа вам впевненості?
4. Чи часто ви ведете себе так у буденному житті?

➔ **Тематичний блок 3.** Вдосконалення громадянської активності

Рада Європи, проводячи міжнародні дослідження, поглиблюючи та розвиваючи поняття компетентностей, пропонує перелік ключових компетентностей, якими мають володіти молоді європейці, серед яких політичні та соціальні компетентності, пов'язані з життям у багатокультурному суспільстві та здатність вчитися протягом життя. Саме тому в умовах сучасних процесів глобалізації та євроінтеграції України актуалізується потреба у громадянах, які будуть соціально активними, компетентними фахівцями, з особистими (ініціативність, відповідальність, громадянська активність, управлінська компетентність, чесність, відкритість, цілеспрямованість, самоорганізованість, прагнення до самовдосконалення і саморозвитку та ін.) та лідерськими якостями¹⁸.

Дуже часто можна зустрічати в Україні асоціації до поняття громадянської активності як людину, що постійно протестує чи чимось незадоволена. Насамперед, варто зазначити, що така позиція прийнята через рідкісний прояв громадянської активності в цілому, адже такі люди завжди виділяються серед загального натовпу, вони рідко, коли

18. Войчун О. В. Формування громадянської активності студентів університету засобами студентського самоврядування / Олена Вікторівна Войчун. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук. – 2020, 314 с.

промовчують, якщо не погоджуються з тією чи іншою позицією. Така категорія людей завжди в центрі уваги, адже вони є небайдужими членами суспільства, і фактично, саме вони й провокують зміни чи зупинку анти розвитку в різних сферах життя суспільства. У порівнянні з іншими країнами, українське суспільство є досить пасивним у визначенні своєї громадянської позиції та прийнятті активних рішень чи дій, що стосуються блага суспільства чи окремої громади в цілому. Саме тому, та меншість, яка може назвати себе активними громадянами своєї країни часто не сприймається більшістю, або сприймається негативно, адже порушують загальний «спокій».

► **Практикум 1.** Залучення особистості до розбудови країни

✓ **Вправа на активізацію «Обмінятися місцями»**

Мета: активізувати учасників, створити позитивну атмосферу в групі.

Хід проведення. Учасники сидять у колі на стільцях. Тренер пропонує помінятися місцями, називаючи певну ознаку (зовнішності, характеру, мрій і т.д), наприклад, поміняйтесь місцями всі ті, «у кого карі очі», «мріє поїхати в Іспанію», «хоче бути політиком», «хоче більше спати», у кого не вистачить місця при змінні місця, той стає ведучим, стоячи в центрі кола, і пропонує свій варіант щодо того, за якою характеристикою помінятися місцями (у той час, коли гравці міняються місцями, ведучий займає вільне місце. Той, хто не сів, стає ведучим).

✓ **Вправа «Зебра»**

Мета: виявити сторони активного включення молоді у суспільно-політичне життя.

Хід проведення. Поділити учасників на чорні та білі сторони активізму випадковим числом. По колу, кожен називає характеристику, сторону, перспективу чи навпаки її відсутність набутті громадянської позиції. Головна мета полягає в тому, щоб учасники могли висловлювати навіть ті сторони, які їм не притаманні в цьому питанні, але за волею випадку, вони відіграють зараз саме цю роль. Ніхто не може повторюватися своїх висловлюваннях, думки та ідеї мають бути нові. Якщо хтось учасників не може більше відзнайти позитивної чи негативної якості, інші можуть йому допомагати. Вправа вважається завершеною, якщо більше ніхто не може нічого додати.

Тренеру треба занотовувати почуте, та на завершенні разом з учасниками створити порівняльну таблицю двох сторін означеної діяльності. Виявити якої сторони більше та чому.

✓ Вправа «Оголошення очікувань».

Хід проведення. Тренер пропонує учасникам описати в десятих словах, якою вони бачать свою громаду через 5 років (село, місто, район, тобто територію, на якій вони проживають). Після закінчення фіксування, тренер пропонує окреслити учасникам, якою вони бачать Україну через 10 років. Після завершення, провідні тести виводимо до загальної аудієнції, складаємо порівняльну таблицю, з однієї сторони – громада через 5 років, з іншої – країна через 10 років.

? Питання для обговорення:

1. Чи можуть наші очікування від громади через 5 років призвести до очікування країни через 10 років, чи є взаємозв'язок та взаєморозвиток у запропонованих баченнях.

2. Що можна зробити все сьогодні, щоб розпочати перший крок?

3. Що можемо зробити ми вже найближчим часом для реалізації нашого уявлення (бажано скласти план-схему).

Мета: закріпити знання щодо провідних якостей громадянської активності.

Хід проведення. Тренер оголошує, що громадянська активність це чистий, неописаний термін, кожному з учасників пропонується на аркуші записати всі характеристики, якості, які тлумачать означене поняття. Після виконання, учасники оголошують свої варіанти, тренер записує на загальний ватман, не повторюючи вже тих, що зазначені. В кінці учасники об'єднуються по 3-4 чоловіки, складають цілісну картину, намагаючись тепер зобразити спільно виведені якості на загальний малюнок.

➡ Практикум 2. Організація відповідальності свого життя

✓ Вправа «Твоє соціальне майбутнє»

Мета: актуалізувати навички моделювання життєвих перспектив, пригадати сфери розвитку людини.

Хід проведення. Тренер акцентує увагу учасників на тому, що першим кроком до створення себе є уявлення, мрія про те, якою особистістю людина хоче стати, якої життєвої мети досягти, в якій країні вона хоче жити. Учасникам на листочках пропонується намалювати сходи, і кожна сходинка це та унікальність, характеристика, можливість, які хоче бачити відповідний учасник у своїй країні. Важливо, намагатися максимально означені характеристики розташувати за рівнем бажаного та важливого, тобто найнижча сходинка це найменш

важлива характеристика з представлених, найвища сходинка-найбільш важлива для конкретної особистості.

❓ *Питання для обговорення:*

1. Чи складно було визначати «якою ви хочете бачити вашу країну? Чому?

2. Чи є якісь характеристики, описані вами, які, на вашу думку, не можуть бути реальними?

3. Що потрібно, щоб країні були властиві всі перераховані ознаки? Що ми можемо зробити вже прямо сьогодні?

✓ **Вправа «Рецепт активності й оптимізму»**

Мета: навчитися планувати свій день так, щоб у ньому було місце для виділення часу на громадянську самовизначеність та громадянський активізм.

Хід проведення. Тренер пропонує учасникам попрацювати над своїм часом, який вони мають протягом тижня. Для цього варто заздалегідь підготувати бланки часу, бажано у вигляді графіки для більшої зацікавленості виконання завдань. Перший бланк має містити перелік речей, які учасники роблять з понеділка по неділю, не зазначаючи конкретний час, а на наступному бланку, встановити годинні межі – в який саме час це відбувається і яка його тривалість. Після завершення учасники презентують свої записи, і разом шукаємо частини вільного часу, який можна заповнити громадським життям.

Для більшої мотивації раціонального та корисного розподілу часу, тренеріві рекомендується презентувати свій власний розподіл часу, а також приклади відомих людей. Головне, робити це після презентації учасників, аби закріпити необхідність раціонального часу та показати реальну можливість використання одного з найдорожчих ресурсів – часу.

📌 **Висновки.**

Початком громадянської активності молоді і суспільства в цілому має бути їх громадянська самовизначеність. Самовизначеність є однією з форм саморозвитку, адже передбачає орієнтування у своїх власних цінностях, які є не просто домислами, а реальними справами життя. Самовизначеність надає можливість людині якнайглибше зрозуміти не лише власний особистісний світ, але світ навколо себе. Розвиток такої якості допомагає розширити кругозір, критично мислити та сприймати критичне мислення від інших. Громадянське самовизначення формує здорового громадянина своєї країни, який не стоїть осторонь процесів, що можуть вплинути на життя.

Формування громадянської самовизначеності, за аналізом тренінгових занять та відповідних вправ й завдань до них, допомагають учасникам найкраще зрозуміти свої власні інтереси, сильні та слабкі сторони, які можна використовувати для розвитку залученості до життя громади та країни в цілому.

Тренінгові заняття допомагають розвинути навички самоаналізу, своєї спроможності бути справжнім громадянином власної країни, цікавитися її життям та бути залученим до нього. Громадянська самовизначеність та громадянська активність є важливими показниками розвинутого суспільства, мета та напрям якого – розвиток.

Список використаної літератури

1. Хан О. О. Тренінг розвитку громадянського самовизначення та громадської активності молоді. – Режим доступу: <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v6/i9/51.pdf>

2. Мартинюк И. О. Проблемы жизненного самоопределения молодежи: опыт прикладного исследования./ Мартинюк И. О. – К., 1993. - 117 с.

3. Психолого-педагогічні умови виховання громадянської спрямованості в юнацькому віці / За заг. ред. М.Й. Боришевського. – К.: Міленіум, 2004. - 298 с

4. Остапенко М. Громадянська активність як основа формування громадянського суспільства. – Режим доступу : <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26831/14Ostapenko.pdf?sequence=1>

5. Саврасова-В'юн Т. О. Наукові підходи щодо вивчення феномена громадянської активності [Електронний ресурс] / Т.О.Саврасова-В'юн. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26831/14Ostapenko.pdf?sequence=1>

6. Громадянське суспільство – активність на користь громаді [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tatsachen-ueber deutschland.de/uk/suspilstvo/inhaltsseiten/hintergrund/gromadjanskesuspilstvo-aktivnist-na-korist-gromadi.html?type=1000&no_cache=1.

7. Войчун О. В. Формування громадянської активності студентів університету засобами студентського самоврядування / Олена Вікторівна Войчун. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук. – 2020, 314 с.

Тетяна Лушагіна, Анна Соловійова

ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА (8 годин)

Мета тренінгу: формування комунікаційної компетентності громадян, освоєння основ медійної грамотності та особливостей взаємодії зі ЗМІ, здатності відповідально споживати інформацію, налагоджувати соціальне партнерство у розв'язанні суспільних проблем, вирішувати конфлікти й запобігати дискримінації.

Завдання:

- розглянути теоретичні засади комунікації як основи успішного управління;
- окреслити особливості комунікаційної взаємодії в Інтернет просторі;
- розкрити специфіку взаємодії громадськості із місцевою владою;
- навчитися основам комунікації в кризових ситуаціях.

Вміння:

- формулювати свою власну позицію, обговорювати й захищати свою думку;
- аналізувати матеріали із різних джерел, ЗМІ і формулювати неупереджені висновки;
- планувати та впроваджувати ефективні комунікації;
- формувати процес комунікації в медіа-просторі із застосуванням технологій взаємодії з громадськістю.

Навички:

- складання прес-релізів та промов;
- застосування методів пошуку та критичного осмислення інформації, використання медіа і комунікації для участі у публічних дискусіях та процесах прийняття рішень;
- оцінювання можливостей та обмежень у політичній участі, а також здатність робити свідомий вибір оптимального курсу дій.

Ключові слова: комунікація, цільова аудиторія, комунікаційний план, активна громадськість, спічрайтинг, соціальні мережі, кризові комунікації.

Форми проведення навчальних занять: навчання здійснюється у формі семінару, який включає проведення лекцій, практичних занять

із використанням мультимедійних презентацій, групових видів робіт, обговорень і дискусій

Поєднання теоретичних та практичних кейсів, майстер-класів, – дозволить поглибити вже існуючі знання, а також напрацювати інструменти для практичного використання у майбутньому.

Активність. Знайомство (15-20 хвилин)

Якщо дозволяє час проведення тренінгу (не менше 8 годин) та кількість учасників (не більше 20 осіб), одним з варіантів знайомства є гра «Епітети». Кожному з учасників потрібно підібрати епітет, який починається на першу літеру свого повного імені. Далі повторення імен іде за принципом «сніжного кому»: другий учасник повторює ім'я першого з епітетом, потім називає своє ім'я та епітет; третій повторює перші два та називає своє. Останньому учаснику складніше за всіх, тому що потрібно назвати імена з епітетами всіх попередніх учасників, але йому можуть допомагати всі інші учасники. Імена, поєднані з епітетами, запам'ятовуються краще, оскільки зв'язок між образом людини та його іменем стає більш індивідуалізованим¹⁹.

➡ Тематичний блок 1. Комунікація як основа успішного управління (60 хвилин)

Теоретичні основи комунікації. Елементи механізму комунікації

Комунікація є об'єктом дослідження багатьох наук: семіотики, соціології, етнографії, психології, риторики, кібернетики, педагогіки, менеджменту тощо. Найчастіше це поняття застосовується у значенні спілкування, передавання інформації від однієї особи (групи) до іншої²⁰.

Невід'ємними елементами комунікаційного процесу є: відправник, повідомлення, отримувач²¹. ***Елементи механізму комунікації:***

- джерело інформації (ДЕ? саме інформація береться);
- комунікатор (ХТО?);
- повідомлення (ЩО? саме, який сенс вкладається в нього);
- канал комунікації (ЯК? розповсюджується інформація);

19. Шмелев А. Г. Психодиагностика личностных черт / А. Г. Шмелев. – СПб.: Речь, 2002. – 480 с.

20. Писаревський І. М. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі) : підручник / І. М. Писаревський, С. А. Александрова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – С. 7.

21. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Упоряд. Проект ЄС Association4U за підтримки Європейського Союзу. – Київ, 2018. – С. 30.

- цільова аудиторія (повідомлення спрямоване НА КОГОСЬ);
- «шуми» – різноманітні чинники впливу ззовні;
- зворотній зв'язок – повинна бути реакція, що потребує дослідження та врахування.

Комунікативний процес – являє собою подання суб'єктизованої інформації під час інформаційних кампаній. Головна його мета – привернути увагу аудиторії.

З групи чинників, які впливають на першопочаткову інформацію в комунікативному процесі:

1. Об'єктивні – особливості інформаційного поля;
2. Суб'єктивні – цілі, наміри і завдання, що залежать від характеристик суб'єкту;
3. Технологічні – особливості каналів комунікації.

Що таке цільова аудиторія й канали комунікації.

Цільова аудиторія – група людей, на яких розраховано певний товар, продукт, художній твір, послугу тощо; сукупність реальних і потенційних споживачів, які готові змінити свої пріоритети на користь цього товару чи послуги під впливом маркетингових заходів.

Перш ніж надсилати повідомлення, ми повинні скласти груповий портрет споживача послуг нашої установи (або кілька таких групових портретів, залежно від напрямків діяльності установи, характеру та спрямованості послуг, які нею надаються). Для цього потрібно зрозуміти, чому саме ці люди можуть бути зацікавлені у наших повідомленнях²².

Після того, як визначили свою цільову аудиторію, доцільно «поставити себе на її місце», відчутти, чим живе й цікавиться, й комунікувати з нею, використовуючи зрозумілу їм мову, образи, цікаву саме для цих людей інформацію. Портрет цільової аудиторії дуже допомагає при розміщенні реклами в Інтернеті, де є такий інструмент, як таргетинг, – можливість показувати рекламу лише вибраній групі людей, якій притаманні певні характеристики.

Ключове повідомлення: особливості розробки.

Ключовим повідомленням є «основний момент або ідея, яку організація хоче комунікувати з членами цільової аудиторії».

Це найважливіша частина інформації, яку ви хочете передати вашій цільовій аудиторії і це – саме та частина інформації, яку вам необхідно, аби ваша аудиторія зберегла.

22. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Упоряд. Проект EC Association4U за підтримки Європейського Союзу. – Київ, 2018. – С. 52.

Навіщо нам ключові повідомлення? У нашу цифрову еру люди перевантажені інформацією і нелегко виокремити з потоку повідомлень найважливіші.

Отже, ключові повідомлення допомагають вашій аудиторії зосередитись саме на тому, що ви хочете їм донести. Вони завжди короткі (від фрази або речення до двох-трьох абзаців тексту), прості і тому їх легко запам'ятати²³.

Яким має бути *ключове повідомлення* за *формою*:

Незалежно від того, використовуєте ви їх в розмовній або в письмовій формі, ключові повідомлення повинні відповідати наступним критеріям:

- повідомлення має бути простим;
 - повідомлення має бути коротким (до 1 сторінки тексту, до 1 хвилини тривалістю);
 - повідомлення має бути таким, щоб його могли легко запам'ятати;
 - повідомлення має постійно транслюватись/повторюватись.
- Якщо у вас є потреба додати нових повідомлень, переконайтеся, що вони не суперечать попереднім.

Етапи розробки ключового повідомлення.

Крок 1. Пошук інформації

Перш ніж почати розробляти ключові повідомлення з нуля, перевірте, можливо все ж дещо вже є, як-от: стратегічний документ, обґрунтування бюджету, пояснювальна записка до законопроекту, друковані матеріали. Перевірте на точність, доповніть, якщо необхідно.

Крок 2. Розробка тестового повідомлення

Перш ніж створити саме повідомлення, попрацюйте над його основними поняттями. Поняття «повідомлення» – «це форми, які представляють способи подання інформації цільовій аудиторії».

Крок 3. Перевірка повідомлення

Не перевіряючи свої повідомлення, ви ніколи не дізнаєтесь, чи працюють вони насправді. Перевіряйте тестові концепції повідомлень, щоб побачити, чи знаходять вони відгук у цільовій аудиторії. Ви можете робити це неформально з друзями, родиною, колегами, добровольцями або формально вдаючись до опитувань громадської думки та фокус-груп.

23. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Упоряд. Проект ЕС Association4U за підтримки Європейського Союзу. – Київ, 2018. – С. 56.

Крок 4. Уточнення

Після того, як ви перевірили свої концепції повідомлення, перейдіть на останню стадію розробки ключового повідомлення. Уточнюйте та адаптуйте свої повідомлення відповідно до результатів фокус-груп та доступного вам опитування²⁴.

► Практикум «Комунікативний план» (2 години)

Мета: освоєння навичок комунікаційного планування

Хід вправи:

Завдання виконується в групах 4-5 осіб. Перед слухачами ставиться завдання розробити комунікативний план певного заходу (тематику слухачі визначають самі). Комунікативний план має включати наступні етапи:

- складіть перелік цілей вашої комунікації;
- визначте ключові повідомлення;
- окресліть вашу цільову аудиторію;
- складіть перелік інструментів, які плануєте використовувати;
- визначте, які саме інструменти ви будете використовувати для кожної аудиторії;
- визначте часові межі та бюджет;
- підготуйте програму заходу.

► Тематичний блок 2. Особливості комунікаційної взаємодії зі ЗМІ. Інтернет-комунікація (2 години)

Особливості комунікаційної взаємодії зі ЗМІ. Прес-реліз та прес-конференція як інструменти комунікації зі ЗМІ. Спічрайтинг. Підготовка публічних виступів та презентацій. Комунікація в Інтернеті. Соціальні мережі, блоги. Особливості спілкування в Інтернет мережі.

Особливості комунікаційної взаємодії зі ЗМІ.

Засоби масової інформації є одним з найважливіших каналів для комунікування ньюзмейкерів із суспільством. Не єдиним, бо доносити свою позицію можна й шляхом особистих зустрічей з громадянами, громадських слухань, обговорень (консультацій) у трудових колективах чи й просто шляхом поштової розсилки. Але саме ЗМІ дозволяють донести меседж в найкоротший термін до максимально широкої аудиторії. Проте для цього потрібно, щоб інформація їх зацікавила²⁵.

24. Там само. С. 58.

25. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Упоряд. Проект ЄС Association4U за підтримки Європейського Союзу. – Київ, 2018. – С. 60.

Необхідною умовою для того, щоб ЗМІ звернули увагу на новину і опублікували відповідний матеріал, є *інформаційний привід*.

Для того, щоб інформаційний привід мав ширший і триваліший резонанс, заздалегідь треба подбати про його ефективне відпрацювання, яке можна розбити на кілька етапів:

- анонсування події, яка становить інформпривід (новинні сюжети на ТБ, радіо в газетах);
- дискусія довкола інформприводу (реакція громадськості, ЗМІ і конкурентів на подію, яка дає привід для реакції на реакцію, і це продовжує життя інформприводу);
- аналітика (обговорення інформприводу в підсумкових аналітичних теле-, радіопередачах і в аналітичних публікаціях в пресі);
- післядія (новизна інформприводу гасне, але періодично ЗМІ продовжують його згадувати як певну знакову подію)²⁶.

Прес-секретар схожий на журналіста, який збирає інформацію для громадськості всередині організації. Функція прес-секретаря полягає в тому, щоб надавати журналістам інформацію, яка допоможе їм краще зрозуміти державну політику, плани, рішення та дії. Проте комунікації не можуть замінити гарні ідеї або ефективні дії²⁷.

Прес-реліз та прес-конференція як інструменти комунікації зі ЗМІ.

Прес-реліз – це базовий інструмент комунікації із засобами масової інформації. Проте варто пам'ятати, що прес-релізи публікуються на сайтах органів влади, тому також є інструментом прямої комунікації із громадянами. Прес-реліз повинен носити пояснювальний, а не дискусійний характер. Описуючи політику, рішення та дії уряду, прес-реліз також описує їх зміст та фундаментальні принципи²⁸.

Прес-реліз має структуру перевернутої піраміди, як і повідомлення новин. У першому абзаці («ліді») йдеться про найважливішу інформацію (тему, дату/час та місце події, а також роз'яснення, чому ця подія є важливою), після того подаються додаткові за своєю важливістю деталі. Менш важливі деталі зазначаються наприкінці.

Речення та абзаци мають бути короткими, щоб журналісти могли швидко визначитися, наскільки важливою є ця інформація.

26. Там само. С. 60.

27. Комунікації в органах державної влади : посібник. Доп. вид. / Упоряд. Український кризовий медіа-центр. – Київ, 2016. – с. 20.

28. Комунікації в органах державної влади : посібник. Доп. вид. / Упоряд. Український кризовий медіа-центр. – Київ, 2016. – с. 26.

З тієї ж причини заголовок прес-релізу має бути в графі «предмет» електронного повідомлення.

Мова прес-релізу має бути простою і правильною; він не має містити жаргонну лексику, аббревіатури, деталі, які не роз'яснюються, або кліше. Якщо прес-реліз містить цитати, то неодмінно має бути вказівка на автора.

У прес-релізі має бути зазначено дату та місце публікації, а також назву органу, який його випустив. Бажано надати посилання на додаткову інформацію, якщо можливо – з фотографіями, а також контактну інформацію спеціаліста, до якого журналісти можуть звернутися за роз'ясненнями²⁹.

Прес-конференції

Одним з основних і найпоширеніших інструментів безпосереднього спілкування зі ЗМІ є прес-конференція. Її скликають для повідомлення про важливішу новину чи детальнішого роз'яснення теми, що представляє значний інтерес.

Передумовою проведення прес-конференції є наявність новини. Тому завжди варто визначити – потрібно проводити прес-конференцію чи буде достатньо розіслати прес-реліз або описову інформацію.

Прес-конференція дає можливість спілкуватися з громадськістю через медіа, повідомити про цілі своєї діяльності, ухвалені рішення, вжиті заходи, надати інструкції для подальших дій:

- підготуйте тези для особи, яка братиме участь у прес-конференції. Запропонуйте близько трьох ідей.

- продумайте відповіді на можливі запитання журналістів. Пам'ятайте, що запитання можуть стосуватися не лише основної теми прес-конференції.

- після завершення прес-конференції опублікуйте її онлайн-запис та/ або розшифровку³⁰.

Спічрайтинг. Підготовка публічних виступів та презентацій.

Якщо є ідея промови, то її написання стане швидшим, а виголошення – ефективним. Однак невдало підібрані слова та ключові повідомлення, неправильно розставлені акценти у змісті, неперевірені фактичні дані, невдалий гумор і цитата, недотепний крилатий вислів і багато інших прикрих помилок можуть спотворити навіть найкращу ідею.

29. Там само. С. 28.

30. Комунікації в органах державної влади : посібник. Доп. вид. / Упоряд. Український кризовий медіа-центр. – Київ, 2016. – с. 32.

Перш за все необхідно пам'ятати закон спічрайтингу – кожний слухач має відчувати, що спікер промовляє саме до нього/неї. Тому теми промов повинні бути актуальними для адресатів (суспільства в цілому, окремих груп населення, професійної спільноти тощо). Ідеї мають бути близькі людям та достатньо легкими для усвідомлення, текст написаний зрозумілою мовою, зручною для виголошення та сприйняття на слух.

Дотримання 5 принципів спічрайтинга дозволять в повній мірі сформулювати необхідні умови для ефективної роботи.

- свідомо відмова від свого «Я»;
- відчуття особистості спікера;
- розуміння потреб аудиторії;
- неприпустимість плагіату;
- усвідомлення відповідальності за кожне слово³¹.

Ідеальна тривалість виступу спікера 4–5 хвилин, якщо інший час не регламентується певними вимогами чи правилами

- головну думку/повідомлення треба викласти на самому початку протягом 45–90 секунд.
- головна думка повинна бути висловлена чітко та ясно.
- особливу увагу необхідно приділити початку та кінцю промови.
- виступ спікера повинен зацікавити аудиторію.
- виступ спікера має бути зрозумілий для аудиторії³².

Структура промови

Як правило, структура тексту промови складається з 3-х частин: вступ, основна частина, завершення.

Вступ – 15% часу промови. Включає в себе привітання з теплими емоціями, розташування аудиторії до спікера. У Вступі спікер відповідає на «німі» питання аудиторії «Чому говоримо?» та «Про що?» та проголошує головне повідомлення.

Основна частина – 60% часу промови. Докладно розкривається причина та важливість повідомлення, користь для слухачів.

Завершення – 25% часу промови. Відбувається узагальнення головного повідомлення з вигодою для слухачів. Робиться наголос на основній думці спікера. Кінцівка має бути логічною, з теплими емоціями³³.

31. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Упоряд. Проект ЄС Association4U за підтримки Європейського Союзу. – Київ, 2018. – С. 98.

32. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Упоряд. Проект ЄС Association4U за підтримки Європейського Союзу. – Київ, 2018. – С. 99.

33. Там само. С. 100.

Підготовка до публічних виступів дозволяє:

- опрацювати необхідну тематику та аргументацію виступу;
- продемонструвати аудиторії свою фахову підготовку та культуру мовлення;
- донести до аудиторії розуміння інтересів аудиторії та необхідні меседжі;
- сформулювати необхідну «картинку» бачення ситуації чи проблеми;
- запобігти кризовим ситуаціям та протидіяти провокативним, маніпулятивним прийомам зі сторони журналістів чи опонентів;
- отримати політичні дивіденди та реалізувати поставлені цілі.

Комунікація в Інтернеті. Соціальні мережі, блоги. Принципи спілкування в соціальних мережах. Особливості спілкування в Інтернет мережі.

Роль Інтернету, в тому числі веб-сайтів та соціальних мереж, постійно зростає. Сьогодні ці майданчики є не тільки способом донести інформацію до відвідувачів ваших сторінок, а й використовуються засобами масової інформації як повноцінні джерела офіційної інформації та коментарів.

Основні завдання веб-сайтів:

- відкривати для загального доступу інформацію про цілі, рішення та заходи тощо;
- дозволяти зручне та продуктивне спілкування громадян з організацією;
- за потреби застерігати громадян і надавати інструкції щодо захисту їхнього життя, здоров'я та власності³⁴.

Крім того, на сайті слід подавати інформацію, щодо якої надходить найбільше запитів. Це визначають, відстежуючи статистику користувачів. Прес-релізи та інший контент, що часто оновлюється, має бути доступний у стрічці новин та через розсилку електронною поштою. Переконайтеся, що інформацію на сайті легко знайти через функцію пошуку.

Інформація має відповідати потребам користувачів Інтернету:

- не публікуйте все, що тільки можете опублікувати в інтернеті. Публікуйте лише те, про що потрібно знати конкретним цільовим аудиторіям, щоб вони могли діяти без порушення закону. Не публікуйте інформацію, яка недоречна для конкретної цільової аудиторії.

34. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Упоряд. Проект ЄС Association4U за підтримки Європейського Союзу. – Київ, 2018. – С. 79.

– люди зазвичай не читають текст, допоки вони не потребують відповіді на конкретні питання. Коли ви пишете для сайту, спитайте себе: що хоче знайти в інтернеті користувач?

– сайт гарно виконує свою задачу лише тоді, коли громадяни можуть швидко знайти те, що їх цікавить, зрозуміти наступні кроки, як використовувати інформацію.

Соціальні мережі є надзвичайно важливим інструментом комунікації. Вони дозволяють публікувати оновлення та слідкувати за їхньою ефективністю, а аудиторії – вчасно отримувати інформацію від першоджерел, виражати своє ставлення та поширювати новини. Одна з найбільших переваг Twitter, Facebook, LinkedIn, Youtube та Instagram – це простота спілкування з читачами миттєво та безпосередньо. Соціальні мережі дозволяють громадянам висловлювати свої думки, а державним установам – негайно їх чути. Соціальні мережі створюють платформу для культури прозорості, спільного доступу та співпраці³⁵.

Сьогодні суспільство очікує відкритості, а користувачі соціальних мереж прагнуть спілкуватися не з установами, а з конкретними особами. Тому рекомендується підтримувати діалог не лише на сторінках установ та організацій, а й на сторінках персоналій:

– варто з'ясувати, яким мережам надає перевагу цільова аудиторія;

– інформацію слід надавати з відповідною частотою та послідовністю, необхідною для цього каналу;

– повідомлення повинні бути чіткими, з використанням інфографіки, фотографій, аудіо та відео;

– реагуйте на запити оперативно та швидко; забезпечуйте зворотний зв'язок і надавайте коментарі.

► **Практикум «Мистецтво заголовків»** (15 хвилин).

Мета: продемонструвати можливості впливу на реакцію та поведінку аудиторії за допомогою вербальних засобів.

Хід справи:

Учасники діляться на декілька груп по 4-5 осіб у кожній та отримують одну тему інформаційного повідомлення. Протягом 5 хвилин їм потрібно скласти три заголовки для матеріалів в ЗМІ на цю тематику: перший – із позитивною конотацією, другий – максимально нейтральний, третій – з негативним контекстом. В результаті всі команди оголошують свої заголовки та відбувається обговорення

35. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Упоряд. Проект ЄС Association4U за підтримки Європейського Союзу. – Київ, 2018. – С. 68.

того, яким чином відповідний заголовок може вплинути на ставлення аудиторії до теми повідомлення.

► **Практикум «Правила складання прес-релізу» (5 хвилин).**

Мета: відпрацювати оптимальну структуру прес-релізу.

Хід вправи:

Перейшовши за посиланням <https://learningapps.org/display?v=ra44ghvaa21>, необхідно виконати вправу, встановивши правильну послідовність елементів прес-релізу, що дозволить краще запам'ятати структуру цього документу.

► **Тематичний блок 3. Особливості взаємодії громадськості із місцевою владою (1 година)**

Зв'язки з громадськістю. Європейські підходи до взаємодії з громадськістю. Громадські консультації.

Зв'язки з громадськістю – це всеосяжний термін; система, що виконує безліч завдань і функцій: комунікацію, суспільні взаємини, виробничі відносини, взаємини між співробітниками, контакти зі споживачами, відносини з замовниками, міжнародні відносини, відносини з інвесторами, процес управління проблемами, зв'язки з мас-медіа, контакти з пресою, просування, публіситі, відносини з акціонерами, підготовка текстів публічних виступів і відносини з відвідувачами³⁶.

Сучасні напрямки PR:

- робота зі зв'язками з державними установами та громадськими організаціями (англ. public affairs);
- управління корпоративним іміджем (англ. corporate affairs);
- створення сприятливого образу особистості (англ. image making);
- побудова відносин з медіа (англ. media relations);
- закріплення кадрів, створення гарних відносин з персоналом (англ. employee communications);
- громадська експертиза (англ. public involvement);
- побудова відносин з інвесторами (англ. investor relations);
- проведення мобілізаційних (конкурси, чемпіонати, лотереї) і презентаційних заходів (англ. special events);
- управління кризовими ситуаціями (англ. crisis management);
- управління процесом адекватного сприйняття аудиторією повідомлень (англ. message management)³⁷.

36. PR : полное руководство / Джо Маркони ; Пер. с англ. Д. Р. Геренава, Ю. П. Леоновой. — М.: Вершина, 2006. — С.17.

37. Гапоненко В.А. Зв'язки з громадськістю [Електронний ресурс] : навч. посібник / В. А. Гапоненко, В. А. Рихлік. — К. : КНЕУ, 2015. — С.41. – Режим

Чому необхідна служба зі зв'язків з громадськістю?

- вивчення громадської думки; розробка рекомендацій та заходів щодо формування очікуваних необхідних думок і тенденцій;
- встановлення і підтримання двостороннього діалогового спілкування, заснованого на повній і достовірній інформації;
- виявлення можливих тенденцій та їхніх наслідків для громади – оскільки громада завжди лишається живим організмом, якому властиві постійні зміни та розвиток, служба зі зв'язків з громадськістю має вивчати тенденції та будувати прогнози щодо подальшого розвитку подій;
- запобігання конфліктних і стресових ситуацій, усунення непорозумінь сторін - учасників комунікації; управління і регулювання в умовах проблемних або кризових ситуацій;
- сприяння формуванню атмосфери взаємної поваги і соціальної відповідальності; гармонізація особистих і суспільних інтересів;
- сприяння формуванню доброзичливих відносин у громаді;
- участь у роботі із залучення кваліфікованих працівників, створення комфортних умов праці та доброзичливої атмосфери в колективі, що сприяють зниженню плинності кадрів³⁸.

В європейській практиці існують наступні принципи здійснення зв'язків з громадськістю:

– принцип участі – передбачає балансування між інтересами громади та громадськості – це так звана рівновага, коли всі ухвалені рішення мають задовольнити обидві сторони; всі члени громади повинні мати можливість взяти участь у всіх сферах – від забезпечення гарантій прав та свобод людини до надання соціальних послуг; фаворитизм та виокремлення когось із членів громади може призвести до загострення ситуації та навіть конфліктів; попередньою умовою для дотримання цього принципу є вільний та доступний процес участі, який ґрунтується на узгоджених параметрах участі³⁹.

– довіра – передбачає налагодження конструктивної взаємодії між органами місцевої влади, суб'єктами господарської діяльності та доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/78513838.pdf>

38. Взаємодія з громадськістю в умовах реалізації адміністративної реформи / Івано-Франківський центр науки, інновацій та інформатизації. – Івано-Франківськ: 2012. – Режим доступу: http://www.dbuara.dp.ua/cpk/Lib/8_Vzaemodiya%20z%20gromad/posibnyk_gromadsk.pdf

39. Існуючі механізми співпраці органів державної влади з організаціями громадянського суспільства в контексті реалізації Національної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні 2016-2020. – К.: – Ваїте, 2016. – Режим доступу: <https://www.osce.org/files/f/documents/e/d/303331.pdf>

організаціями громадянського суспільства при вирішенні соціально значущих проблем. За відсутності довіри громадяни стикаються із розчаруванням у місцевій владі та розбіжностями у поглядах в середині громади, що не зможе призвести до активного розвитку⁴⁰.

– підзвітність і прозорість – вимагає доступу засобів масової інформації та організацій громадянського суспільства до офіційної інформації, а з боку органів влади – надання достовірної інформації громадськості для належної взаємодії; активний діалог з громадськістю стосовно завдань і обов'язків органів місцевої влади, а також рішень, які ухвалюються ними; надання об'єктивної інформації, з уточненням у разі необхідності про її конфіденційність і гарантуючи конфіденційність інформації, отриманої на тих же умовах від іншої сторони; популяризація та підтримка через засоби масової інформації політики взаємного співробітництва⁴¹.

– принцип незалежності - невтручання органів місцевої влади у діяльність організацій громадянського суспільства, за винятком випадків, встановлених законом. Громадськість має бути вільною та незалежною від тиску з боку будь-яких органів влади⁴².

Кодекс кращих практик участі громадськості Ради Європи описує рівні залучення громадськості до процесів ухвалення політичних рішень (розташовані в порядку зростання інтенсивності):

Інформування – одностороння комунікація, орган місцевої влади надає відомості громадськості про ті чи інші події – наприклад, ухвалення певного рішення, механізм участі громадськості у обговоренні.

Консультації – двостороння комунікація, орган місцевої влади оприлюднює проект певного рішення, а громадськість надає коментарі, зауваження та пропозиції у тій чи іншій спосіб.

Діалог (активна участь громадськості) – двостороння комунікація, під час якої орган місцевої влади може залучити громадськість до робочих груп, експертних рад тощо в процесі вироблення певних рішень.

Партнерство – двостороння комунікація, коли між органом місцевої влади та громадськістю здійснюють взаємний обмін різного роду ресурсами (наприклад, громадськість допомагає у організації того чи іншого заходу, залучивши волонтерів)⁴³.

40. Там само.

41. Там само.

42. Там само.

43. Кодекс кращих практик участі громадськості у процесі прийняття рішень

Українське законодавство містить ряд вимог щодо інформування про діяльність органів державної та місцевої влади, доступу до публічної інформації, розпорядником якої є орган певної ланки влади. Зокрема:

– Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» - визначає порядок одержання, збирання, створення, поширення, використання та зберігання інформації про діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування, задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб про роботу цих органів⁴⁴.

– Закон України «Про доступ до публічної інформації» визначає порядок здійснення та забезпечення права кожного на доступ до інформації, що знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації, та інформації, що становить суспільний інтерес. Це означає, що будь-який з членів громади має право одержати доступ до публічних відомостей⁴⁵.

Основні проблеми у комунікації з громадськими активістами:

- ідеї з сьогодні на завтра – коли активісти приходять із проектами, які хочуть почати втілювати наступного дня;
- активісти не вміють або не хочуть письмово викладати суть прохання;
- активісти не вміють скласти план;
- не займаються чітко визначеною проблемою;
- звертаються не за адресою;
- відсутність юридичної особи;
- хочуть одержати 100% фінансування;
- не надають звітів;
- в теорії хочуть багато ресурсів, але на практиці подають мало проектів.

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rm.coe.int/16802eee47>

44. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації Закон України від 23.09.1997 № 539/97-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, № 49, ст. 299. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80#Text>

45. Про доступ до публічної інформації Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 32, ст. 314. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>

Основні правила комунікації з громадськістю:

- не ставитись зверхньо до громадян;
- надати чітке пояснення чим займається ваш підрозділ, а чим – ні, якими ресурсами володієте;
- надавати допомогу у співпраці із іншими структурними підрозділами вашої організації;
- розробити типовий шаблон прохання чи звернення та розмістити його на доступних громадянам електронних ресурсах;
- якщо громадяни звернулися до вас питаннями, що не входять до вашого відання, допоможіть зорієнтувати громадян, куди варто звернутися;
- ведіть вашу офіційну сторінку в соціальних мережах;
- надавайте можливість громадянам проходити стажування у вашому структурному підрозділі;
- розробіть чіткий механізм отримання коштів на ініціативи;
- співпрацюйте на постійній основі, а не фрагментарно.

Енерджайзер «Передача інформації» (10 хв.)

Мета: показати потенційні проблеми («шуми», особливості декодування повідомлення тощо), які можуть виникати в процесі комунікації

✓ Хід вправи:

Всі учасники стають в колону та розвертаються у протилежному до ведучого напрямку. Тренер підходить до першого учасника, торкається його плеча, після чого той розвертається обличчям до нього. Тренер показує низку пов'язаних між собою рухів (тривалість – приблизно 10 секунд; це може бути імітація якогось всім відомого процесу або прості рухи, які кожен може повторити). Далі 1-й учасник розвертається до наступного, торкається його плеча та показує йому ту ж саму серію рухів. Такі дії повторюються з кожним наступним учасником.

На завершення, останній учасник повторює рухи, які йому показали, і після цього може побачити послідовність рухів тренера, з якої все почалося. Як правило, перший та останній варіанти доволі сильно відрізняються, що і дозволяє проаналізувати труднощі в процесі передачі інформації та спробувати зрозуміти, що саме призводить до їхньої появи.

❓ *Питання до обговорення:*

1. Чи була інформація передана точно?
2. Чи важко було передавати інформацію?
3. Чому відбувалося спотворення інформації?
4. Які чинники впливали на процес передачі інформації?

➡ **Тематичний блок 4. Кризові комунікації (60 хвилин)**

Підготовка до кризових комунікацій. Що не потрібно робити в кризових комунікаціях. План кризових комунікацій.

Що таке «криза»? Криза – це ситуація, інцидент або подія, яка:

- становить безпосередню загрозу людям, навколишньому середовищу, власності та репутації організації;
- може серйозно порушити звичайні операційні процеси;
- може підірвати довіру зацікавлених сторін до організації або її роботи;
- сприймається як некерована, у разі відсутності спеціальної уваги до неї;
- ймовірно, викличе високий рівень інтересу або стурбованості серед зовнішніх зацікавлених сторін, особливо засобів масової інформації, на що необхідно своєчасно реагувати⁴⁶.

Отто Лербінгер виділяє вісім типів криз:

1. Природна катастрофа
2. Технологічна катастрофа
3. Конфронтація (бойкоти, пікетування, сидячі страйки і т. п.)
4. Недоброзичливість (зовнішня підробка товарів, тероризм, кіберзлочинність)
5. Організаційні проступки. Можуть включати в себе:
 - спотворені управлінські цінності (аферист, корупція і т. д.)
 - обман
 - проступки керівництва
6. Насильство на робочому місці (напр. незадоволеним або колишнім співробітником)
7. Чутки
8. Терористичні атаки / антропогенні катастрофи⁴⁷

Як виглядає кризова ситуація? Це низка неочікуваних подій, які здаються неконтрольованими та несуть загрозу для існуючої ситуації. Результат кризової ситуації є невизначеним, все відбувається дуже швидко.

46. Грін М. Тренінг з кризових комунікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/ua_crisis_communications.pdf

47. Там само.

Внутрішні комунікації під час криз:

Метою внутрішніх комунікацій є – визначити психологічний стан співробітників і координувати їх роботу для: зниження впливу зовнішньої кризи на внутрішні процеси й недопущення внутрішньої кризи⁴⁸.

Кризові регламенти мають: полегшити діяльність, оптимізувати процеси, координувати заходи, зменшити втрату часу на прийняття рішень і оприлюднення інформації. Успішність регламентів забезпечується постійними тренінгами⁴⁹.

Найпоширеніші помилки в кризових ситуаціях:

– Брехня, мінімізація проблем – люди пробачають помилки, але не брехню.

– Спекуляція на причинах.

– Обговорення відповідальних за ситуацію.

– Висловлення «жалкування», а не вибачення.

– Поширення занадто оптимістичних сценаріїв, недотримання обіцянок.

– Не позиціонування інституції як першоджерела інформації.

– Усунення від проблеми⁵⁰.

Кризові комунікації передбачають обов'язкове створення комунікаційного плану. Комунікаційний план на випадок кризи має включати:

– мету і завдання;

– група реагування на кризу;

– оцінку кризових ситуацій;

– планування (робота зі ЗМІ, робота зі співробітниками, членами їх родин, постраждалими, зовнішніми аудиторіями, соціальними медіа);

– підготовку ключових повідомлень;

– регламенти, графік роботи в кризових ситуаціях;

– відслідковування зворотного зв'язку;

– контактні особи (роль, відповідальність);

– центр реагування на кризу;

48. Комунікаційний інструментарій для державних службовців [Електронний ресурс]. – К., 2018. – С. 41. – Режим доступу: <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/communic.instrum.pdf>

49. Там само.

50. Комунікаційний інструментарій для державних службовців [Електронний ресурс]. – К., 2018. – С. 42. – Режим доступу: <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/communic.instrum.pdf>

- скрипти (заготовки повідомлень, відповідей на питання, прес-релізів, інформаційні довідки, питання-відповіді, заяви тощо);
- методичні посібники (підготовка до публічних заходів, як давати інтерв'ю тощо);
- бази ЗМІ й експертів;
- сценарії кризових ситуацій;
- тренінгові вправи;
- історію внесення змін до документу⁵¹.

Алгоритм кризових комунікацій передбачає реагування на кризу протягом години та доби. Реагування на кризу має бути миттєвим (протягом 1 години). 1-2 години після кризи: оцінка ступеня проблеми, створення групи осіб реагування на кризу, письмовий та усний брифінг членів групи реагування на кризу, інформування відповідних стейкхолдерів, перегляд планів реагування на кризи; підготовку ключових повідомлень, прес-релізів, ключових спікерів, налагодження контактів із журналістами, визначення осіб відповідальних за зворотній зв'язок і частоту контактів зі ЗМІ; підготовку питань-відповідей; призупинку рекламних або інших маркетингових кампаній; моніторинг медіа. Протягом 2-6 годин після кризи варто здійснити оцінку впливу кризи та оновити заяви і прес-релізи⁵².

Протягом першої години кризи необхідно:

- 1-5 хвилин: Зв'язок зі службами екстреного реагування
- 1-15 хвилин: Встановлення всіх фактів
- 15-30 хвилин: Написання публічної заяви для ЗМІ, оповіщення внутрішніх стейкхолдерів
- 15-60 хвилин: Активізуйте моніторинг екстреного реагування(алерти!), особлива увага до моніторингу соціальних мереж
- 30-45 хвилин: Чи необхідно оновити інформацію про кризову ситуацію для прес-релізу? Публікація/розсилка прес-релізу про кризову ситуацію. Пробрифуйте спікерів про факти, офіційну заяву і повідомте журналістів коли буде наступна заява для ЗМІ.
- 45-50 хвилин: Зберіть достовірні зображення та відеоматеріали, якими можуть скористатися ЗМІ
- 50-60 хвилин: Скличте нараду команди реагування на кризи і задійте протокол кризового реагування відповідно до плану кризової комунікації⁵³.

51. Там само, С. 42

52. Там само, С. 43.

53. Грін М. Тренінг з кризових комунікацій [Електронний ресурс]. – Режим

Контрольний список перед кризою, який має бути у кожної організації:

- гарні відносини з журналістами;
- партнерські відносини з іншими органами влади;
- високий рівень довіри;
- гарна система моніторингу;
- високий рівень внутрішніх комунікацій;
- план кризових комунікацій на різні випадки;
- регулярні тренінги.

Спілкування зі ЗМІ в умовах кризи:

Що відбувається, якщо ви як організація нічого не говорите? Ви опиняєтеся в «новинній дірі». «Експерти», спекуляції і «фальшиві новини» заповнюють той вакуум, який ви залишили. При взаємодії зі ЗМІ в умовах кризи, правила такі:

1. Говорити все, говорити швидко, говорити правду. Як би ви того не хотіли, криза не вирішиться сама по собі. Навіть якщо у вас немає всієї інформації, ви повинні надати версію однієї з наступних відповідей журналістам на початкові запити, пов'язані з кризами (у порядку переваги): 1. Ми знаємо, що сталося, і ось вся інформація...; 2. На даний момент, ми не знаємо всього. Ось, що нам відомо. Як тільки у нас з'явиться нова інформація, ми повідомимо вас про це; 3. Ця інформація нам невідома, але ми дізнаємося і повідомимо вам⁵⁴.

2. Уникнення фрази «без коментарів». Навіть коли у вас немає всіх фактів, ви повинні бути в змозі зробити подібні заяви для преси, в той час як криза триває. Використовуйте заготовлені шаблони: 1. Поінформованість - «Ми знаємо / не знаємо...»; 2. Стурбованість - «Ми стурбовані ...», «Ми серйозно ставимося до повідомлень ...»; 3. Зобов'язання - «Якщо ці звіти вірні, ми почнемо вживати заходів для вирішення ...»⁵⁵.

3. Коли мова йде про взаємодію зі ЗМІ в умовах кризи, пам'ятайте:

- якщо ви будете ставитися до ЗМІ, як до вашого ворога, вони такими і будуть.
- не забувайте, для захисту людей від потенційної шкоди, вам може знадобитися підтримка ЗМІ.
- будьте доступними (ви повинні призначити доповідача).

доступу: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/ua_crisis_communications.pdf

54. Там само.

55. Грін М. Тренінг з кризових комунікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/ua_crisis_communications.pdf

- якщо журналісти не отримають відповіді на свої питання від вас, вони знайдуть їх в іншому місці.
- не думайте, що істина завжди перемагає.
- надайте своє повідомлення перш ніж утвориться «новинна діра».
- спробуйте спілкуватися не тільки письмовими повідомленнями.
- однак, якщо існує складна поточна проблема, і факти не ясні, ви завжди можете підготувати письмову заяву.
- не використовуйте технічні або юридичні терміни. Особливо при реагуванні на емоційні проблеми, зокрема, у випадку смерті⁵⁶.

► **Практикум «Кризові комунікації» (30 хвилин)**

Мета: отримати навички передбачати кризові ситуації

Хід вправи:

Вправу можна виконувати як індивідуально, так і в парах. Користуючись шкалою Катлін Ферн-Бенкс, слухачі мають визначити імовірність кризи у їхньому структурному підрозділі.

Підготовка до кризи (шкала, розроблена Катлін Ферн-Бенкс)⁵⁷

– *Імовірність кризи:*

- 0 - Неможлива, в принципі немає шансів на виникнення.
- 1 - Практично неможлива.
- 2 - Частково можлива.
- 3 - Можлива.
- 4 - Більше, ніж можлива, тобто дещо можлива, яка мала місце в аналогічних організаціях.
- 5 - Високо імовірна, могла мати або не мати місце в організації, попереджувальні знаки очевидні.

– *Потенційні збитки, викликані кризою:*

- 0 - Немає збитків, незначні наслідки.
- 1 - Малі збитки, з якими можна впоратися без значних зусиль, недостатньо серйозні для стурбованості ЗМІ.
- 2 - Певні збитки, невелика вірогідність того, що ЗМІ будуть залучені.
- 3 - Значні збитки, але все ж не будуть основною проблемою ЗМІ.
- 4 - Значні збитки, будуть основною проблемою ЗМІ.
- 5 - Руйнівний, афішований на головній сторінці новин, може позбавити роботи мене або мого міністра.

Подумайте про свою організацію. Визначте 2-3 потенційні кризові ситуації, які могли б трапитись у вашій організації. Використання шкали Ферн-Бенкс дасть вам оцінку вірогідності і потенційних збитків

⁵⁶ Там само.

⁵⁷ Там само.

від кризи. Якщо ваша оцінка 7 або вище, вам необхідний кризовий комунікаційний план щодо визначених проблем!

 **Підведення підсумків тренінгу (30 хвилин):**

- тезове проголошення основних положень тренінгу та короткий огляд набутих вмій та навичок;
- обговорення того, чи справдилися очікування учасників щодо тренінгу;
- які вправи/завдання/матеріали були найбільш цікавими/корисними?
- що сподобалося найменше?
- вручення сертифікатів.

Список використаної літератури

1. PR : полное руководство / Джо Маркони ; Пер. с англ. Д. Р. Геренава, Ю. П. Леоновой. — М.: Вершина, 2006. — 256 с.
2. Взаємодія з громадськістю в умовах реалізації адміністративної реформи / Івано-Франківський центр науки, інновацій та інформатизації. – Івано-Франківськ: 2012. – Режим доступу: http://www.dbuara.dp.ua/cpk/Lib/8_Vzaemodiya%20z%20gromad/posibnyk_gromadsk.pdf
3. Гапоненко В.А. Зв'язки з громадськістю [Електронний ресурс] : навч. посібник / В. А. Гапоненко, В. А. Рихлік. — К. : КНЕУ, 2015. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/78513838.pdf>
4. Грін М. Тренінг з кризових комунікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/ua_crisis_communications.pdf
5. Існуючі механізми співпраці органів державної влади з організаціями громадянського суспільства в контексті реалізації Національної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні 2016-2020. – К.: – Ваїте, 2016. – Режим доступу: <https://www.osce.org/files/f/documents/e/d/303331.pdf>
6. Кодекс кращих практик участі громадськості у процесі прийняття рішень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rm.coe.int/16802eee47>
7. Комунікації в органах державної влади : посібник. Доп. вид. / Упоряд. Український кризовий медіа-центр. – Київ, 2016. – 98 с.
8. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Упоряд. Проект ЄС Association4U за підтримки Європейського Союзу. – Київ, 2018. – 132 с.
9. Комунікаційний інструментарій для державних службовців [Електронний ресурс]. – К., 2018. – 47 с. – Режим доступу: <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/communic.instrum.pdf>

10. Писаревський І. М. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі) : підручник / І. М. Писаревський, С. А. Александрова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 175 с.

11. Про доступ до публічної інформації Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 32, ст. 314. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>

12. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації Закон України від 23.09.1997 № 539/97-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, № 49, ст. 299. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80#Text>

13. Шмелев А. Г. Психодиагностика личностных черт / А. Г. Шмелев. – СПб.: Речь, 2002. – 480 с.

ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В МОЛОДІЖНОМУ СЕРЕДОВИЩІ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА (2 години)

Мета тренінгу: оволодіння знаннями щодо гендеру та гендерної рівності; формування критичного мислення молодого покоління України щодо гендерних питань; формування толерантного ставлення до представників різного гендеру.

Завдання тренінгу:

1. Ознайомити з поняттями «гендер», «стать», «гендерна рівність», «дискримінація».
2. Розкрити суть та прояви гендерної дискримінації.
3. Сформувати толерантне ставлення до представників різного гендеру.

Знання:

- відмінностей між поняттями «стать» та «гендер»;
- проявів гендерної дискримінації та гендерного насильства;
- негативних наслідків гендерної дискримінації та гендерного насильства;
- способів боротьби з гендерною дискримінацією та гендерним насильством.

Вміння:

- розпізнавати ознаки гендеру та статі;
- визначати прояви гендерної дискримінації та гендерного насильства;
- захищати себе від гендерної дискримінації та гендерного насильства;
- розробляти заходи щодо подолання гендерної дискримінації та гендерного насильства.

Ключові слова: гендер, стать, рівність, дискримінація, насильство.

✓ **Представлення тренерів та вправа на створення доброзичливої атмосфери «Кожен - унікальний». (10 хвилин).**

Хід вправи: Гравці сидять по колу, у кожного наготові папір і олівець. Необхідно акцентувати увагу учасників на те, що кожна людина неповторна, унікальна. У всіх свої особливості, життєвий

досвід, пристрасі і т. д. Сукупність цілого ряду факторів і створює неповторну особистість. Учасники мають написати на аркуші паперу свої імена і додати якусь незвичайну, цікаву або просто важливу характеристику, яка підкреслює їх індивідуальність. Можна навести кілька прикладів:

- несподівані факти (я - одна з трійні);
- кулінарні здібності (я чудово готую юшку);
- цікавий життєвий досвід (я прожив рік в Берліні);
- особливі нагороди (я вже десять раз отримував золоту медаль за спортивні досягнення).

Після цього тренер збирає записи і читає їх одну за одною. Кожного разу необхідно робити невелику паузу і пропонувати групі визначити учасника, що дав собі таку характеристику. Якщо спроби кілька разів не дають позитивного результату, відповідний учасник встає, тим самим даючи зрозуміти, що мова йде про нього.

➡ **Тематичний блок 1. Має супроводжуватись презентацією.**
(максимум 20 хв.)

Потрібно розмежовувати поняття «стать» та «гендер». Під статтю розуміють сукупність фізіологічних ознак людини (вроджені характеристики чоловічого чи жіночого організму). Отже, «стать» (sex) – категорія, що виражає певний набір біологічних ознак, які дають змогу віднести ту або іншу живу істоту до певної статі, а «гендер» (gender) – це категорія, яка об'єднує й характеризує соціально сформовані психологічні риси, ознаки, властивості суспільної поведінки суб'єкта, детерміновані його статтю⁵⁸. Іншими словами, перша – біологічна стать, а друга – соціальна стать, що характеризує не біологічні відмінності, а відмінності в соціальній поведінці й статусі чоловіка й жінки.

Вважається, що поняття «гендер» у науковий обіг уперше було введено в 1968 році американським психоаналітиком Робертом Столлером у праці «Стать та гендер: про розвиток мужності та жіночності». Він встановив залежність між розумінням чоловічих і жіночих ролей, позиціями, рисами характеру та особливостями суспільного розвитку. «Гендер» Р.Столлер розглядав як поняття, що виражає психологічні, соціальні, культурні особливості, незалежні від тих, що тлумачать біологічну стать. Він дійшов висновку, що легше хірургічним шляхом змінити стать людини, ніж психологічним - її гендерну ідентичність⁵⁹.

58. Камінська Н. В., Чернявський С. С., Перунова О. С. Засади розуміння гендеру та гендерної рівності: лекція. Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2020. С. 5

59. Польська Ю.В., Голубева М.О., Приходькіна Н.О. Поняття «гендер» та

Гендер визначає соціальну стать людини, її статеву роль, що має суспільне забарвлення і несе в собі суспільний досвід, накопичений у поведінці багатьох чоловіків і жінок. Індивід не отримує «гендер» автоматично від народження, а набуває у процесі включення в суспільне життя.

На сьогодні найбільш поширеним є визначення гендеру англійським соціологом Ентоні Гідденс: «Ми вживатимемо термін «стать», коли йтиметься про прикметні фізичні ознаки людського тіла і термін «гендер» у випадку психологічних, соціальних та культурних відмінностей між чоловіками та жінками. Різниця між статтю та гендером має фундаментальний характер, бо багато відмінностей між чоловіками й жінками мають не біологічний характер». Гендер, на його думку, – соціальні очікування стосовно поведінки, що розглядається як відповідна для жінок і чоловіків⁶⁰.

Також у межах гендеру існує поняття гендерна ідентичність – це усвідомлення себе як представника чи представниці статі, гендеру, відчуття свого жіночого, чоловічого або андрогінного тіла. Гендерна ідентичність не обов'язково дорівнює біологічній статі. Крім того, вона не є бінарною: не поділяється винятково на чоловічу та жіночу.

Серед гендерних ідентичностей можна виділити агендерність (відмову від асоціацій з будь-яким гендером), бігендерність (ідентифікація себе одночасно і з чоловіком, і з жінкою), гендерфлюїдність (поєднання в собі жіночого та чоловічого гендерів, при цьому можлива більша схильність до одного з них у певні моменти) та цисгендерність (самоідентифікація себе як особи своєї біологічної статі)⁶¹.

Через невідповідність своєї гендерної ідентичності до біологічної статі в людини можуть виникати серйозні психічні проблеми: від тривожних розладів до затяжної депресії.

Соціальні норми, які визначають, чим повинні (чи не повинні) займатися чоловіки й жінки називають гендерними ролями. Фактично гендерна роль – це модель поведінки, яка визначається системою

його місце у розвитку сучасного соціогуманітарного знання. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/149236215.pdf> (дата звернення: 29.03.2021).

60. Крочук М.І. Філософсько правовий вимір гендерної рівності: дис... канд. юрид. наук : 12.00.12 / Львівський державний університет внутрішній справ, Львів, 2014. URL: <http://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/753/1/%D0%9A%D1%80%D0%BE%D1%87%D1%83%D0%BA%20%D0%9C.%D0%86.%20%D0%B4%D0%B8%D1%81.pdf>. (дата звернення: 29.03.2021).

61. Ампілогова А. Чим відрізняється стать від гендеру? URL: <https://bit.ua/2020/01/stat-vid-genderu/> (дата звернення: 29.03.2021).

приписів, яку індивід мусить засвоїти та відповідати їй, щоб його визнавали представником певної статі. Інакше кажучи, гендерна роль – це сукупність зразків поведінки чоловіків і жінок, певна система соціальних стандартів, нормативів, традицій, яким людина має відповідати, щоб її визнали як чоловіка чи як жінку. Відтак, гендерні ролі – це вид соціальних ролей, вони мають нормативний характер, відображають певні соціальні очікування, які залежать від історичної, культурної ситуації. Найпростіша модель гендерних ролей, як і відмінностей, побудована за альтернативним принципом «або-або», коли чоловіча роль асоціюється з силою, енергійністю, активністю, тобто цілковита маскулінність, а жіноча – зі слабкістю, пасивністю, ніжністю, емоційністю, тобто цілковита фемінінність, два крайні полюси.

Соціальними механізмами формування гендеру є:

– статевий розподіл праці та влади, сфер діяльності та самореалізації обов'язків та відповідальності (наприклад, територія жінки – дім, чоловіка – все, що поза ним);

– диференціація образів, символів, які уособлюють очікування та нормативи статевої поведінки (він – відчайдух, борець, володар, владика, воїн; вона – послужниця, втілення покори, сумління і самопожертви);

– різниця нормативів поведінки та спілкування статевозмішаних та статевооднорідних угрупованнях (етикет чоловічий у спілкуванні з жінкою – опіка, страхування, домінування);

– відмінність у формуванні особистісних структур («чоловічий» та «жіночий» характер як дихотомічні утворення, диференціація пізнавальних інтересів учениць та учнів)⁶².

Актуальним є аналіз змістового наповнення дефініцій «маскулінність», «фемінінність», «андрогінність». Як зазначає В. Кравець, маскулінність – вираженість чоловічих психосексуальних і фізичних якостей⁶³. Це те, що характеризує чоловічу гендерну роль. Фемінінність, відповідно – це вираженість жіночих психосексуальних та фізичних якостей і форм поведінки. І маскулінність, і фемінінність – це нормативні уявлення про психічні, поведінкові властивості, характерні для чоловіків і жінок. У свою чергу, андрогінність розглядається як поєднання в індивіда водночас жіночих і чоловічих

62. Гендерні стандарти сучасної освіти: збірка рекомендацій. Частина 3. Запоріжжя: Друкарський світ, 2011. С.24.

63. Кравець В. Гендерна педагогіка. Тернопіль: Джура, 2003.416с.

властивостей (фемінінних і маскулінних). Андрогінна особистість вбирає в себе все найкраще з обох гендерних ролей.

Маскулінність пов'язується із силою, владою, мужністю, витривалістю, агресією, неемоційністю, орієнтацію на успіх. Натомість фемінінність – це емоційність, чуйність, слабкість, жертовність, залежність тощо. Американська психолог Сандра Бем (Sandra L. Bem) для діагностики соціальної статі (gender) у 1974 р. запропонувала концепцію психологічної «двостатевості».

Отже, поняття «маскулінність» та «фемінінність» не пов'язані з біологічною статтю, а позначають відмінні психологічні характеристики, історично сформовані особливостями культури певного суспільства. Маскулінність асоціюється з активністю, незалежністю, самовпевненістю, а фемінінність – із залежністю, не сміливістю, сентиментальністю. Вищий рівень споріднення рис маскулінності та фемінінності, досягнутий однією особою, свідчить про її *андрогінність*). Маскулінність, фемінінність та андрогінність є передумовами певної соціальної поведінки. Андрогінна особа має більший вибір варіантів модулювання поведінки, є гнучкішою щодо соціального пристосування. Медицина довела, що така поведінка особистості не залежить від її біологічної статі.

Отже, можна підсумувати, що і чоловіки і жінки мають первинні і вторинні статеві ознаки, які і визначають стать особи, проте гендерна роль не залежить від статі, а формується під впливом виховання та соціальної організації суспільства.

Практикум 1. (15 хвилин).

Учасникам пропонується пройти опитувальник С. Бем на визначення гендерної приналежності (Додаток А). Учасникам необхідно роздати ручки та листки паперу для запису варіантів відповідей на запитання методики. Тренер має зачитати інструкцію та перейти до зачитування тверджень.

Після того, як всі учасники порахують бали необхідно пояснити, що у результатах цього тесту немає понять «добре» і «погано», «норма» і «патологія». Тест запропонований із метою кращого пізнання себе і розуміння, що в кожній людині, незалежно від біологічної статі, є жіночі і чоловічі соціально значущі якості.

✓ Вправа на закріплення матеріалу. (максимум 15 хв.)

Учасникам пропонується набір тверджень, які потрібно розподілити між двома варіантами: гендером і статтю. Дошку необхідно поділити

на дві частини, на одній написати «ГЕНДЕР», на іншій «СТАТЬ». Учасники по черзі беруть твердження і прикріплюють його до відповідної частини дошки, обґрунтовуючи свій вибір. При розгляді тверджень необхідно зосередитись на наступних ключових питаннях та ідеях:

- чи викликали у учасників будь-які твердження здивування?
- чи вказують твердження на те, що гендер є вродженим чи набутиим поняттям?
- які особистіні характеристики є важливими факторами, що визначають наші гендерні ролі?
- жінки та чоловіки у різних країнах по-різному відчують як владу, так і утиск.

Коли заготовлені якості закінчатся тренер пропонує учасникам доповнити список власними варіантами.

Приклад тверджень:

Чоловікам притаманна емоційна та фізична твердість;

Відмінність у будові тіла;

Відмінність у репродуктивній системі;

Чоловікам притаманна більша професійна успішність;

«Берегиня домашнього вогнища»;

Жінки мають високу емпатійність;

Оволосіння на обличчі;

Жінки здатні народжувати дітей та годувати їх груддю;

Чоловіки в середньому живуть менше за жінок;

В деяких країнах жінки не мають права брати участь у виборах.

Закінчується вправа висновком тренера та акцентом уваги на таких ключових моментах:

- гендер відрізняється від статі – він не є біологічно детермінованим;
- він змінюється залежно від культури, економічного, соціального та політичного контексту;
- він змінюється у часі;
- ми вивчаємо гендерні ролі – це передбачає можливість їхньої зміни.

➡ Тематичний блок 2. Має супроводжуватись презентацією. (максимум 20 хв.)

Коли говорять про гендер, то часто мають на увазі нерівність, а не лише відмінність між чоловіками і жінками. Разом із нерівністю

йдеться про ієрархію, стратифікацію і владу, яка вбудована у гендерні відносини. Гендерна теорія передбачає зміну соціальної реальності, мета якої – забезпечення гендерної рівності. Відповідно до Закону України «Про забезпечення рівних прав і можливостей чоловіків та жінок» (вступив у дію з 1 січня 2006 р.) гендерна рівність трактується як рівний правовий статус жінок і чоловіків та рівні можливості для його реалізації, що дозволяє особам обох статей брати рівну участь у всіх сферах життєдіяльності суспільства⁶⁴.

Гендерна рівність проявляється у рівних можливостях реалізувати свої права у всіх сферах життєдіяльності (ринок праці, політика, виробництво, сім'я, релігія, культура, освіта тощо) незалежно від статевої приналежності.

Протилежним до поняття «гендерної рівності» є поняття «гендерної дискримінації». Дискримінація гендерна – це порушення прав людини за статевою ознакою, це дії, спрямовані на звуження у правах і свободах, обмеження в можливостях однієї зі статей. В Законі України «Про забезпечення рівних прав і можливостей чоловіків та жінок» зазначено, що дискримінація за ознакою статі - дії чи бездіяльність, що виражають будь-яке розрізнення, виняток або привілеї за ознакою статі, якщо вони спрямовані на обмеження або унеможлиблюють визнання, користування чи здійснення на рівних підставах прав і свобод людини для жінок і чоловіків». Серед основних напрямів державної політики щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків зазначено недопущення дискримінації за ознакою статі⁶⁵.

Гендерна дискримінація:

- порушує принцип рівноправності і поваги людської гідності;
- перешкоджає рівній участі жінок і чоловіків у державній, економічній, політичній та приватній сферах діяльності;
- заважає повному розкриттю творчих, професійних, інтелектуальних можливостей чоловіків і жінок;
- не реалізується право людини на вільний вибір: ким бути, як будувати своє життя, що в ньому вважати найголовнішим⁶⁶.

Гендерна дискримінація може бути прямою та непрямю. Пряма

64. Про забезпечення рівних прав і можливостей чоловіків та жінок: Закон України № 2229-VIII від 07.12.2017, ВВР, 2018, № 5, ст.35. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15#Text> (дата звернення: 29.03.2021).

65. Там же

66. Котова-Олійник С., Стельмах Б., Ярош О. Гендерна абетка для українських медіа. Луцьк: Волинська мистецька агенція «Терен», 2013. С. 22.

гендерна дискримінація проявляється тоді, коли особа зазнає якихось обмежень на основі своєї статевої приналежності (жінка не може відвідувати церкву без покриття голови), а непряма, або прихована гендерна дискримінація трапляється тоді, коли існує якийсь формально нейтральний фактор, що обумовлює дискримінаційні дії (поблажливе ставлення до жінки в проявах слабкості).

Найбільш придатною сферою для існування гендерної дискримінації є сфера зайнятості. Так можна назвати такі види:

«Липка підлога» – низькі заробітні плати, які залишають мало шансів піднятися вище. «Скляна стеля» – стосуються тих стереотипів, які начебто не створюють помітні бар'єри, проте і не дають можливості просуватися вперед.

«Скляні стіни» – горизонтальна гендерна сегрегація праці, коли жінки мають менший доступ до професій та видів діяльності, які забезпечують надалі значне вертикальне кар'єрне зростання. «Скляні стіни» сприяють концентрації жінок у тих галузях, які є менш прибутковими, надають менший доступ до фінансових та економічних ресурсів і тому забезпечують менший доступ до владних структур.

«Скляний підвал» – умови, за яких чоловіки виконують ризиковані та небезпечні роботи.

Гендерна дискримінація зумовлена існуванням гендерних установок та гендерних стереотипів, тобто стійких, часто спотворених уявлень про певну соціальну групу чи спільноту. В нашому суспільстві існують стійкі гендерні стереотипи щодо жінок (призначення жінки – це сім'я та виховання дітей, жінка не здатна вправно кермувати автомобілем, жінки занадто емоційні та чуттєві, жінці важко досягти професійного успіху, існують суто жіночі професії (вихователь ЗДО, майстер манікюру, швачка тощо) та щодо чоловіків (справжні чоловіки не плачуть, чоловіки не здатні піклуватись про немовлят, оскільки в них немає грудей, чоловіки більш амбітні в бізнесі, чоловіків хвилює лише секс тощо). Існування подібних стереотипів притаманне всім країнам та культурам, вони часто виправдовуються нормами моралі чи релігії, проте в сучасному суспільстві існує гостра необхідність їх подолання.

У сучасному суспільстві утвердилися стереотипи щодо чоловічої та жіночої поведінки і рис характеру, серед яких виокремимо такі:

– чоловіки домінують, вони незалежні, компетентні, самовпевнені, агресивні, схильні до логічних роздумів;

– жінки – покірні, залежні, емоційні, ніжні й виховані⁶⁷.

67. Головащенко І.О. Гендерний підхід в системі освіти: узгодження

Одним із найжорстокіших проявів гендерної дискримінації виступає гендерне насильство – це насильство, яке чиниться над особою тому, що вона належить до тієї чи іншої статі. Воно виникає в усіх культурах, релігіях, расах, у будь-якої статі та у будь-якому віці і є одним із найпоширеніших порушень прав людини. Метою гендерного насильства, як і будь-якого іншого, є прагнення особи однієї статі домінувати і контролювати поведінку особи іншої статі. В основі такого насильства лежать гендерна нерівність, гендерні стереотипи, особисті психологічні особливості – агресивність, неприйнятність, відраза, тощо.

Основні прояви гендерного насильства:

- згвалтування (зокрема в молодіжних компаніях, на побаченнях);
- сексуальні домагання на роботі;
- спонукання до абортів;
- примус до народження дитини;
- крайні ревності, заборона спілкування з іншими чоловіками/жінками;
- заборона працювати;
- насильство в сім'ї (фізичне, психологічне, сексуальне, економічне) тощо⁶⁸.

Фізичне насильство в сім'ї – умисне завдання одним членом сім'ї іншому члену сім'ї побоїв, тілесних ушкоджень, що може призвести або призвело до смерті постраждалого, порушення фізичного чи психічного здоров'я, заподіяння шкоди його честі й гідності⁶⁹. Відповідно ознаками фізичного насильства є:

- побиття та поштовхи;
- обмеження в їжі, воді, ненадання допомоги при хворобі;
- примус до вживання наркотичних чи алкогольних речовин;
- заборона вільного пересування.

Сексуальне насильство в сім'ї – протиправне посягання одного члена сім'ї на статеву недоторканість іншого члена сім'ї, а також дії сексуального характеру по відношенню до неповнолітнього члена сім'ї⁷⁰. Ознаки сексуального насильства:

досвіду з міжнародними стандартами. URL: [http:// conf.vntu.edu. ua/humed/2006/txt/06giozms.pdf/](http://conf.vntu.edu.ua/humed/2006/txt/06giozms.pdf/) (дата звернення: 29.03.2021).

68. Котова-Олійник С., Стельмах Б., Ярош О. Гендерна абетка для українських медіа. Луцьк: Волинська мистецька агенція «Терен», 2013. С.48.

69. Про запобігання і протидію домашньому насильству: Закон України № 2671-VIII від 17.01.2019, ВВР, 2019, № 18, ст.73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19#Text> (дата звернення: 29.03.2021).

70. Там же

- згвалтування;
- примус до інтимної близькості чи занять проституцією;
- безпідставні ревності та підозри у зраді.

Економічне насильство в сім'ї – умисне позбавлення одним членом сім'ї іншого члена сім'ї житла, їжі, одягу та іншого майна чи коштів, на які постраждалий має передбачене законом право, що може призвести до його смерті, викликати порушення фізичного чи психологічного здоров'я⁷¹. Ознаки економічного насильства:

- вимагання грошей та шантаж;
- примус до жебрацтва;
- заборона розпоряджатися сімейним бюджетом, мати свої гроші і витратити їх на власний розсуд;
- заборона працювати і отримувати заробітну плату.

Психологічне насильство в сім'ї – насильство, пов'язане з дією одного члена сім'ї на психіку іншого члена сім'ї шляхом словесних образ або погроз, переслідування, залякування, якими навмисно спричиняється емоційна невпевненість, нездатність захистити себе та може завдаватися або задається шкода психічному здоров'ю⁷². Ознаки психологічного насильства:

- приниження та звинувачення;
- заборона спілкуватись з друзями та рідними;
- залякування, цькування

Гендерне насильство, як і будь-який інший вид насильства має негативні наслідки на сфері життя (економічну, сімейну, особистісну, культурну) тому боротьба з ним є важливим завданням в діяльності, як правоохоронних органів, так і громадськості в цілому. Проте найбільш негативними для життя людини, яка потерпає від насильства є психологічні наслідки, які проявляються в:

- жертви домашнього насильства перебувають у постійному страху;
- відсутність позитивних почуттів; нереалізованість потреби у самовираженні;
- катастрофічно знижена самооцінка жертв насильства;
- обман як основна модель поведінки членів родини;
- життя у повному обмеженні свободи; депресія як реакція жертви на насильство;
- прийняття дитиною насильницької моделі існування сім'ї як норми;
- агресивна, аж до злочинної, поведінка дітей та підлітків.

71. Там же

72. Там же

Слід пам'ятати, що гендерне насильство, як і будь-який інший вид насильства є злочином! Жертва насильства повинна знати свої права і способи захисту. Так, в Україні з 2017 року вступив в дію Закон України «Про запобігання і протидію домашньому насильству», який передбачає дещо новий підхід у боротьбі з цим негативним соціальним явищем. Також діють Закони України «Про забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків» та «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», які містять гарантії щодо забезпечення гендерної рівності в країні.

Вагомим досягненням є те, що в Україні почали активно функціонувати жіночі кризові центри (своєрідні притулки для жінок, які страждають від домашнього насильства) та гарячі лінії, які надають невідкладну психологічну допомогу та підтримку. Ми вважаємо, що кожна людина має знати ці номери:

- 102 – Національна поліція України;
- 103 – швидка медична допомога;
- 15-47 – безкоштовна цілодобова «гаряча» лінія для жертв домашнього насильства;
- 116-123 (з мобільного) та 0 800 500-335 (зі стаціонарного) – безкоштовна національна «гаряча» лінія з попередження домашнього насильства;
- 116-111 (з мобільного) та 0 800 500-225 (зі стаціонарного) – національна дитяча «гаряча» лінія
- 0 800 213-103 – цілодобова гаряча лінія безоплатної правової допомоги ⁷³.

✓ **Вправа «Розпізнай дискримінацію» (20 хвилин).**

Мета вправи – навчити учасників розпізнавати прояви гендерної дискримінації, сприяти формуванню поведінки, орієнтованої на дотримання гендерної рівності.

Матеріали: картки із завданням до вправи, великі аркуші паперу за кількістю груп.

На початку вправи ведучий має повторити визначення поняття «дискримінація» після чого запитує у групи «Які прояви має гендерна дискримінація?», щоб впевнитись, що учасники розуміють необхідний матеріал.

Далі необхідно об'єднати учасників в 2 підгрупи та пояснює, що кожна підгрупа - це міні-парламент, який може вплинути на ситуацію

73. Діємо проти насильства: важливо знати кожному. URL: <https://dmsu.gov.ua/news/dms/8459.html#:~:text=> (дата звернення: 29.03.2021).

в країні, де має місце дискримінація за статтю. Завдання групи – розробити заходи щодо змін у суспільному житті, які можуть призвести до подолання гендерної дискримінації. Кожен учасник отримує по кілька карток з твердженнями, які демонструють приклад гендерної дискримінації.

Орієнтовний перелік тверджень:

- при зарахуванні жінок на роботу запитання «Ви заміжня?» і «Чи є у вас діти?»;
- скляна стеля – феномен, який позначає існування невидимого бар'єру, що заважає жінкам просуватись по кар'єрним сходам так добре, як і чоловіки;
- диспропорція в оплаті праці чоловіків і жінок (згідно статистичних даних жінки в середньому отримують 25-30% прибутку чоловіків);
- складність чоловіку брати участь у вихованні дітей на рівні з жінкою (декретна відпустка, після розлучення діти переважно залишаються з матір'ю тощо);
- зазначення бажаної статі в оголошеннях про вакансії;
- жінка є більш відповідальною, ніж чоловік, за здоров'я всієї родини та ведення домашнього господарства;
- в рекламних роликах жінки частіше зображуються як сексуальний об'єкт.

Ведучий пояснює, що кожна підгрупа має розробити заходи, які спрямовані на подолання запропонованих проявів дискримінації. Для цього підгрупі надається аркуш паперу формату А1, розділений на дві колонки («Порушення», «Заходи для усунення порушень»), на якому необхідно написати декілька прикладів порушень прав, до кожного порушення - конкретний захід задля його усунення. З метою представлення результатів обговорення кожна підгрупа обирає спікера. На останньому етапі виконання вправи учасники в загальному колі обговорюють пропозиції, які викликали розбіжності в групах.

По закінченню презентації підгруп, ведучий спрямовує групу на обговорення наступних питань:

- як вплинула вправа на уявлення про гендерну рівність, гендерну дискримінацію?
- як використаєте отриманий досвід у повсякденному житті?

✓ Гра на зняття напруги. (10 хвилин).

Учасникам пропонується уявити себе представником іншої статі. По черзі учасники мають закінчити фразу:

«Як би я був (-ла) чоловіком (жінкою), я б одразу зробив (-ла)... »
«Як би я був (-ла) чоловіком (жінкою), я б відчув (-ла)... »
«Як би я був (-ла) чоловіком (жінкою), я б боявся (боялась)... »

 **Підведення підсумків та заключне слово тренерів. (2-3 хвилини).**

Список використаної літератури

1. Ампілогова А. Чим відрізняється стать від гендеру? URL: <https://bit.ua/2020/01/stat-vid-genderu/> (дата звернення: 29.03.2021).
2. Котова-Олійник С., Стельмах Б., Ярош О. Гендерна абетка для українських медіа. Луцьк: Волинська мистецька агенція «Терен», 2013. 108 с.
3. Гендерні стандарти сучасної освіти: збірка рекомендацій. Частина 3. Запоріжжя: Друкарський світ, 2011. 282 с.
4. Головашенко І.О. Гендерний підхід в системі освіти: узгодження досвіду з міжнародними стандартами. URL: <http://conf.vntu.edu.ua/humed/2006/txt/06giozms.pdf> (дата звернення: 29.03.2021).
5. Діємо проти насильства: важливо знати кожному. URL: [https://dmsu.gov.ua/news/dms/8459.html#:~:text="](https://dmsu.gov.ua/news/dms/8459.html#:~:text=) (дата звернення: 29.03.2021).
6. Камінська Н. В., Чернявський С. С., Перунова О. С. Засади розуміння гендеру та гендерної рівності: лекція. Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2020. 20 с.
7. Кравець В. Гендерна педагогіка. Тернопіль: Джура, 2003. 416с.
8. Крочук М.І. Філософсько правовий вимір гендерної рівності: дис... канд. юрид. наук : 12.00.12 / Львівський державний університет внутрішній справ, Львів, 2014. URL: <http://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/753/1/%D0%9A%D1%80%D0%BE%D1%87%D1%83%D0%BA%20%D0%9C.%D0%86.%20%D0%B4%D0%B8%D1%81.pdf>. (дата звернення: 29.03.2021).
9. Польська Ю.В., Голубева М.О., Приходькіна Н.О. Поняття «гендер» та його місце у розвитку сучасного соціогуманітарного знання. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/149236215.pdf> (дата звернення: 29.03.2021).
10. Про забезпечення рівних прав і можливостей чоловіків та жінок: Закон України № 2229-VIII від 07.12.2017, ВВР, 2018, № 5, ст.35. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15#Text> (дата звернення: 29.03.2021).
11. Про запобігання і протидію домашньому насильству: Закон України № 2671-VIII від 17.01.2019, ВВР, 2019, № 18, ст.73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19#Text> (дата звернення: 29.03.2021).

Статеврольовий опитувальник С. Бем

Методика визначає ступінь андрогінності, маскулінності і фемінності особистості. Статеврольовий опитувальник Сандри Бем – це найбільш широко використовуваний інструмент для вимірювання того, як доросла людина оцінює себе з точки зору гендеру. Опитувальник включає в себе 60 тверджень (якостей), кожне з яких обстежуваний оцінює за 7-бальною шкалою з огляду на те, наскільки точно воно його характеризує. Якщо Ви не хочете морочитися зі складними підрахунками, можна просто обрати відповіді «так» і «ні» і ставити собі за них по 1 балу при збігу з ключем⁷⁴.

Текст опитувальника «Я – людина ...»:

1. Вірю в себе.
2. Вмію поступатися.
3. Здатна допомогти.
4. Схильна захищати свої погляди.
5. Життєрадісна.
6. Похмура.
7. Незалежна.
8. Сором'язлива.
9. Совісна.
10. Атлетична.
11. Ніжна.
12. Театральна.
13. Напориста.
14. Ласа до лестощів.
15. Удачлива.
16. Сильна особистість.
17. Віддана.
18. Непередбачувана.
19. Сильна.
20. Жіночна.
21. Надійна.
22. Аналітична.
23. Вмію співчувати.
24. Ревнива.
25. Здатна до лідерства.

74. Котова-Олійник С., Стельмах Б., Ярош О. Гендерна абетка для українських медіа. Луцьк: Волинська мистецька агенція «Терен», 2013. С. 97-99.

26. Піккуюся про людей.
27. Пряма, правдива.
28. Схильна до ризику.
29. Розуміюча інших.
30. Скритна.
31. Швидка у прийнятті рішень.
32. Співпереживаюча.
33. Щира.
34. Покладаюся лише на себе (самодостатня).
35. Здатна втішити.
36. Марнославна.
37. Владна.
38. Та, хто має тихий голос.
39. Приваблива.
40. Мужня.
41. Тепла, сердечна.
42. Поважна.
43. Та, котра має власну позицію.
44. М'яка.
45. Вмію дружити.
46. Агресивна.
47. Довірлива.
48. Малорезультативна.
49. Схильна вести за собою.
50. Інфантильна.
51. Адаптивна, пристосовуюся.
52. Індивідуаліст.
53. Та, котра не люблю лайок.
54. Не систематична.
55. Маю дух змагання.
56. Любляча дітей.
57. Тактична.
58. Амбітна, честолюбна.
59. Спокійна.
60. Традиційна, дотримуюся умовностей.

Ключ до обробки результатів опитувальника:

Маскулінність («так») - 1, 4, 7, 10, 13, 16, 19, 22, 25, 28, 31, 34, 37, 40, 43, 46, 49, 52, 55, 58.

Фемінність («так») - 2, 5, 8, 11, 14, 17, 20, 23, 26, 29, 32, 35, 38, 41, 44, 47, 50, 53, 56, 59.

Фемінність = (сума балів за фемінності):

Маскулінність = (сума балів за маскулінності):

Основний індекс: $IS = (\text{Фемінність} - \text{Маскулінність}) \times 2,322$ Якщо IS від (-1) до (+1) андрогінність IS менше (-1) ($IS > 1$) маскулінність IS більше (+1) ($IS > 1$) фемінність Якщо $IS < -2,025$ яскраво виражено маскулінність $IS > + 2,025$ яскраво виражена фемінність

**ІНФОРМУВАННЯ МОЛОДІ ЩОДО РОЗШИРЕНЬ
ЄС В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ
ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА
(3 години)**

Мета тренінгу – полягає у формуванні знань про особливості сучасних інтеграційних процесів на прикладі найбільш значного та успішного інтеграційного досвіду, що реалізується країнами-членами ЄС, опановування учасниками тренінгу систематизованими науковими знаннями про європейську інтеграцію, розвиток творчого мислення, здатності самостійно аналізувати політичні явища і процеси, що пов'язані з європейською інтеграцією.

Завдання:

- визначити сутність розширення ЄС;
- аналізувати основні аспекти сучасних євроінтеграційних процесів;
- здобути вміння прогнозувати наслідки політичних рішень з точки зору розширень ЄС та його результатів.

Компетенції:

- знання сутності європейської інтеграції;
 - розуміння значення вступу нових країн до ЄС;
 - аналіз вступу країн-членів ЄС в історичній перспективі;
 - оцінювання сутності та змісту інтеграційних процесів в Європі
- оволодіння навичками самоаналізу;
- вміння застосувати знання щодо європейської інтеграції у своїй професійній та громадській діяльності.

Методи тренінгу: інтерактивні міні-лекції, групові дискусії, виконання індивідуальних завдань, завдань в міні-групах.

Учасники: студенти, учні, члени молодіжних громадських і волонтерських організацій.

Необхідні матеріали: проектор, ноутбук, дошка або фліпчарт, стікери, маркери, ватмани.

Аудиторія: можливість формування простору для роботи двох груп по 7-9 осіб.

Тривалість тренінгу: 3 години.

Орієнтовна кількість учасників: 15-20 осіб.

Ключові слова: Європейський Союз, держави ЄС, активна молодь, розширення ЄС, стратегія комунікації, громадська активність.

Вступна частина

Активність. Знайомство - 20 хвилин

На початку тренінгу тренер перший вітається з групою, оголошує тему і мету тренінгу, коротко інформуючи про перебіг тренінгу, знайомить учасників із методичними та організаційними особливостями роботи на тренінгу. Знайомство – це частина тренінгу, у ході якої учасники знайомляться один з одним, придивляються один до одного.

✓ **Вправа «Я і країни ЄС»**

Мета: Знайомство учасників, забезпечення конструктивної атмосфери для роботи.

Матеріал: презентація «PowerPoint» - слайд з картою Європи, в якій виділені країни-члени ЄС.

Хід вправи:

Тренер на презентації показує карту Європи, в якій виділені країни-члени ЄС. Він пропонує учасникам розповісти про себе: оголосити своє ім'я і улюблену країну-члена ЄС і чому саме вона. Наприклад, проходив стажування, відвідував друзів, живуть родичі, подобається національна кухня, архітектура тощо. Починає розповідь про себе тренер, по черзі передаючи слово учасникам тренінгу.

У ході вправи учасники:

- знайомляться одне з одним;
- знайомляться з картою Європи та ЄС, засвоюють, що не всі країни Європи є країнами-членами ЄС, вчать країни-члени ЄС.

Правила тренінгу – 5 хвилин

✓ **Вправа «Правила»**

Мета: Забезпечити конструктивну атмосферу для роботи.

Матеріал: фліпчарт для запису правил, маркери.

Хід вправи:

Основні правила пропонує тренер, наприклад:

- приходити вчасно;
- правило «піднятої руки»;
- поставити мобільні телефони на беззвучний режим;
- виходити під час проведення тренінгу з аудиторії можна за нагальної необхідності, не привертаючи до себе увагу і не перериваючи процес навчання;

- добровільність;
- конфіденційність.

Правила тренер записує на великому аркуші паперу і розташовує на видному місці (фліпчарт).

Після написання кожного правила (або всіх разом) важливо, щоб учасники тренінгу погодилися з ними. Тому тренер питає учасників чи приймається кожне правило. Тренеру також доречно запропонувати і записати ті правила, які пропонує сама група і на які вона погоджується.

У випадку порушення правил тренер або учасники тренінгу нагадують порушнику про це, посилаючись на перелік правил, який постійно зберігається в аудиторії під час проведення тренінгу на помітному місці. У цьому випадку доречно ще раз наголосити на значенні дотримання даного правила. Попросити учасників тренінгу пояснити це правило.

✓ **Визначення очікувань – 15 хвилин**

Вправа «Очікування»⁷⁵.

Мета: Для успішності тренінгу важливо знати, навіщо люди прийшли на тренінг і які знання з тематики тренінгу вони вже мають.

Матеріал: стікери паперу, маркери, олівці, ручки, плакат «Берег надій» - «Берег досягнень».

Хід вправи:

На початку заходу тренер приділяє достатній час і увагу з'ясуванню очікувань учасників, забезпечує фіксацію піднятих питань на початку заходу та відповіді на ці питання у ході тренінгу та при його завершенні⁷⁶.

Тренер роздає учасникам матеріали і просить написати на стікерах у формі корабликів свої очікування від тренінгу. Кожен по черзі підходить до фліпчарта та приклеює свій корабель на плакат з морем біля «Берегу надій», при цьому зачитує написане.

Основна частина

Міні-лекція «Розширення ЄС у 20 столітті» - 20 хвилин

Мета: визначення сутності розширень ЄС.

Матеріал: презентація «PowerPoint».

75. Тренінгова програма Підготовка тренерів до проведення тренінгових занять з персоналом установ виконання покарань. Біла Церква, 2011. С. 7.

76. Тренінговий посібник. Збірник тренінгів по підготовці персоналу належних ЦНАП. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/397/Treningovuj-posibnyk.pdf>

Перше розширення Європи (Великобританія, Данія, Ірландія)⁷⁷

Розширення Європейського Союзу – це процес поширення Європейського Союзу за допомогою вступу до нього нових європейських держав.

В основу плану будівництва об'єднаної Європи були покладені ідеї «Батьків-засновників» Європейських Співтовариств – французьких політиків Р. Шумана і Ж. Монне, які розробили в 1950 р. «Декларацію Шумана» і Договір про створення Європейського співтовариства вугілля та сталі (1951 р.). Шість Держав-засновників європейської інтеграції, а також і учасники Європейського співтовариства вугілля та сталі (Франція, ФРН, Бельгія, Люксембург, Нідерланди та Італія) підписали Римський договір у 1957 р., що створив Європейське Економічне Співтовариство для розширення європейської інтеграції на різні сфери економічної співпраці.

З початку створення ЄС можливість їх подальшого розширення була передбачена в установчих договорах. Про це зокрема йшлося в Римському договорі та всіх подальших модифікаціях, аж до останньої редакції положень про ЄС, затверджених Лісабонським договором у 2007 році.

Статтею 49 Договір про Європейський Союз прямо передбачено лише два критерії членства в Союзі. Так, держава, що претендує на членство, повинна бути європейською (географічний критерій) та поважати і дотримуватися цінностей, на яких ґрунтується ЄС (ст. 2 ДЄС) (політичний критерій).

Перше розширення відбулося 1 січня 1973 року. Шестеро країн-членів ЄС (Франція, Німеччина, Італія, Бельгія, Люксембург, Нідерланди – держави-засновниці ЄС) стали Дев'ятьма країнами-членами ЄС, коли Данія, Ірландія та Великобританія офіційно вступили до ЄС.

77. Палагнюк Ю. В. Процес інтеграції на Європейському континенті: теоретичні та історичні аспекти. Демократичне врядування : Електронне наукове фахове видання Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. 2013. Вип. 12. URL: http://lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnik12/fail/Palagnjuk.pdf; Палагнюк Ю. В. Заснування та етапи становлення Європейського Співтовариства. Світова та європейська інтеграція / Навч. посібник. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2008. С. 94-120.

*Середземноморське (друге і третє) розширення ЄС: Греція, Іспанія, Португалія*⁷⁸

Закінчивши епоху правих диктатур у середині 1970-х років, Греція, Португалія та Іспанія прагнули вступити до ЄС якнайшвидше, щоб припинити свою відносну міжнародну ізоляцію, стабілізувати свої новостворені демократичні режими та допомогти розвинути їх економіки.

Цей етап розширення ЄС характеризується прагненням ЄС поширити демократичні свободи на південь Європи, перетворивши його на зону стабільності та безпеки. Існувала пріоритетність політичної аргументації доцільності середземноморського розширення, яке відбувалося на фоні серії криз в європейській економіці і супроводжувалося не лише активним переглядом основних положень найбільш впливових інтеграційних теорій, але й базових принципів, закладених Римськими угодами. Таким чином, розпочався новий раунд розширення, поки ЄС ще «перетравлював» членство Великобританії, Данії та Ірландії – перше розширення ЄС.

Хоча Греції вдалося приєднатися до ЄС за відносно короткий час, зате переговори про приєднання з Португалією та Іспанією були складними. Усі ці країни були бідними країнами, чиє сумарне населення становило 20 відсотків від існуючого населення в ЄС. Різний рівень економічного розвитку країн призводив до труднощів у реалізації програми розширення ЄС. Наприклад, Португалія та Іспанія лише у 1992 році змогли повністю увійти до Митного союзу. Також існували ускладнення та проблеми у реалізації вільного руху товарів, послуг.

*Четверте розширення (Швеція, Фінляндія, Австрія)*⁷⁹

Будучи достатньо однорідною групою невеликих за розміром країн з високим рівнем економічного розвитку та сталими демократичними традиціями, країнам ЄАВТ (Австрія, Швеція, Фінляндія) було досить легко адаптуватися до основних вимог вступу до ЄС. Крім того, падіння комуністичних режимів у країнах Східної Європи, об'єднання Німеччини у 1990 р. та розпад Радянського Союзу в 1991 р., у результаті якого відбувся розпад світової біполярної системи воєнно-політичного

78. Палагнюк Ю. В. *Чотири розширення ЄС у 20 столітті* // Управління в ЄС та політика європейської інтеграції. Мультимедійний підручник. 10.2020. URL: <https://eugov.chmnu.edu.ua/miltymediinyi-posibnyk/> .

79. Палагнюк Ю. В. *Чотири розширення ЄС у 20 столітті* // Управління в ЄС та політика європейської інтеграції. Мультимедійний підручник. 10.2020. URL: <https://eugov.chmnu.edu.ua/miltymediinyi-posibnyk/> .

протистояння, призвели до нових оцінок нейтральними країнами свого статусу. Він ставав практично сумісним з повним членством в ЄС.

На початку 1993 р. уже після створення Європейського Союзу, розпочалися переговори про вступ із наступними країнами: Австрією, Швецією та Фінляндією. Питання щодо вступу цієї «трійки» не викликало сумніву, адже ці країни мали стабільну та високорозвинену економіку.

1 січня 1995 р. зі вступом Австрії, Фінляндії та Швеції «Європа Дванадцяти» перетворилася на «Європу П'ятнадцяти».

? *Питання для обговорення:*

1. З якими проблемами зіткнувся Європейський Союз під час інтеграції країн Південної Європи (Середземноморське розширення)?

2. Назвіть дати кожного розширення Європейського Союзу у 20 ст.

3. Чому Австрія, Фінляндія та Швеція змогли приєднатися до ЄС лише у 1990-х роках, а не раніше?

4. Чи основними причинами розширення ЄС у 20 ст. були лише економічні? Назвіть інші причини розширень якщо такі були.

На основі цих підсумків здійснюється узагальнений висновок щодо оцінювання учасниками розширення ЄС у 20 столітті.

✓ Вправа «Столиці країн-членів ЄС» - 20 хвилин

Мета: активізація учасників, створення в тренінговій групі атмосфери працездатності.

Матеріали: презентація «PowerPoint» - на кожному слайді фото відомих об'єктів (панорам) кожної столиці у країні-члені ЄС (наприклад, Колізей у Римі, ансамблю Афіньського Акрополю в Афінах тощо).

Хід вправи:

Тренер ділить учасників на дві команди. По черзі показує кожній команді слайд з зображенням столиці країни-ЄС і питає «як називається столиця і якої держави?». Команда радиться і дає спільну одну відповідь. Якщо команда дає неправильну відповідь, то питання задається іншій команді. Хто відповів правильно – тому зараховується один бал. Тренер записує бали на дошці (фліпчарті). Показуючи новий слайд з зображенням столиці країни-ЄС, тренер по черзі питає кожну з команд.

У разі якщо команда має труднощі з визначенням столиці країни-члена ЄС, тренер допомагає команді дати правильну відповідь, описуючи цю країну або столицю відомими про неї фактами.

У ході вправи учасники знайомляться з країнами-членами ЄС, їх столицями та відомими місцями країн-членів ЄС.

✓ **Вправа «15 країн-членів ЄС у 20 столітті» - 15 хвилин**

Мета: знайомство з картою Європи та ЄС, вчать країни-члени ЄС.

Матеріали: роздрукована карта Європи, олівці.

Хід вправи:

Тренер роздає кожному учаснику роздруковану карту Європи і просить намалювати на ній всі країни-члени ЄС у 20 столітті – 15 країн і їх назви.

Обговорення в кінці: хто намалював всі країни і правильно визначив їх географічно? Чи були труднощі у визначенні країн? Які нові знання, навички отримали?

У кінці тренер просить залишити кожного ці карти Європи, бо вони ще стануть у нагоді для іншої вправи пізніше у ході тренінгу.

Міні-лекція «Розширення ЄС у 21 столітті» - 20 хвилин

Мета: визначення сутності розширень ЄС.

Матеріал: презентація «PowerPoint».

П'яте розширення ЄС⁸⁰

Держави Центральної та Східної Європи після закінчення «холодної війни» і перших вільних виборів 1989-1990-х рр. почали формувати свої зовнішньополітичні пріоритети, проголосивши «повернення до Європи» основним напрямком зовнішньої політики. Вони почали процес демократичних і ринкових трансформацій і звернулися до ЄС не лише за фінансовою підтримкою, доступом до ринку та технічною допомогою, але і за визнанням своєї «європейськості».

Таким чином, після падіння Берлінської стіни процес об'єднання в Європі отримав нові історичні можливості. ЄС мав можливість та відповідальність допомагати сусіднім країнам розвиватися економічно та демократично, одночасно сприяючи стабільності та безпеці на всьому континенті та сприяючи загальноєвропейській інтеграції.

Першим кроком на шляху розширення зони європейської інтеграції на схід стало укладення угод про асоціацію між ЄС та країнами Центральної та Східної Європи, що одержали назву Європейських угод, які передбачали в невизначений термін вступ до ЄС.

80/ Палагнюк Ю. В. Механізми інтеграції держав Центральної та Східної Європи у Європейський Союз. Державне управління і місцеве самоврядування. 2013. № 4 (19). Д. : ДРІДУ НАДУ. С. 115–123. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2013/2013_04\(19\)/15.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2013/2013_04(19)/15.pdf)

У 1991 р. угоди про асоціацію були укладені з Угорщиною, Польщею, в 1993 р. – з Румунією і Болгарією, в 1994 р. – з Чеською Республікою і Словаччиною, в 1995 р. – зі Словенією.

Після укладання асоційованих угод з ЄС політика держав Центральної та Східної Європи була направлена на адаптацію національного законодавства до норм і стандартів ЄС, більш тісну економічну інтеграцію, співпрацю в пріоритетних напрямках зовнішньої політики. Головною метою імплементації цих угод було створення зони вільної торгівлі між ними та ЄС через скасування митних зборів та інших торгівельних бар'єрів до кінця 1990-х років.

Критерії, яким мають відповідати держави-кандидати на вступ з Центральної та Східної Європи до Європейського Союзу були схвалені на засіданні Європейської Ради у Копенгагені у червні 1993 р. і включають в себе:

- стабільність інститутів, що гарантують демократію, верховенство права, повагу до прав людини, повагу і захист національних меншин (політичні критерії);

- наявність дієвої ринкової економіки і здатність витримувати конкурентний тиск і дію ринкових сил у межах ЄС (економічні критерії);

- здатність узяти на себе зобов'язання, що випливають з членства в ЄС, включаючи суворе дотримання цілей політичного, економічного, валютного союзу (правовий критерій). Членство вимагає, щоб держави-кандидати добилися стабільності інститутів, що гарантують демократію, верховенство закону, права людини, повагу і захист меншин, наявність функціонуючої ринкової економіки, а також здатність справлятися з конкурентним тиском ринкової економіки в рамках Союзу.

Встановлення чітких критеріїв членства для країн Центральної та Східної Європи стало основою для подачі офіційних заяв держав з проханням про прийняття в члени ЄС: Угорщини та Польщі – у 1994 р., Румунії, Словаччини, Латвії, Естонії, Литви та Болгарії – у 1995 р., Чехії та Словенії – у 1996 р.

1 травня 2004 р. відбулося «п'яте» розширення Європейського Союзу, так зване розширення ЄС на Схід. Уперше Євросоюз поповнили відразу 10 держав, з яких вісім – постсоціалістичні країни Центральної та Східної Європи: Естонія, Латвія, Литва, Польська Республіка, Угорщина, Чеська Республіка, Словаччина, Словацька Республіка. П'я-

те розширення ЄС стало безпрецедентною подією в історії об'єднаної Європи за його масштабами.

А також ще дві країни регіону (Болгарія та Румунія) приєдналися до ЄС через три роки, у 2007 р., коли відбулося «шосте» розширення ЄС.

Шосте розширення ЄС⁸¹

Після завершення п'ятого розширення ЄС відразу ж приступила до шостого розширення. Країни ЄС не відмовлялися від Болгарії та Румунії, але й не поспішали з остаточним рішенням.

У квітні 2005 року була підписана угода про вступ Болгарії та Румунії до ЄС. У ній говорилося про те, що приєднання відбудеться тільки в тому випадку, якщо до 1 січня 2007 року країни виконають всі поставлені умови. Від Болгарії головним чином вимагали посилення законів по боротьбі з корупцією та злочинністю, поліпшення умов проживання в країні нацменшин і зростання економіки. Від Румунії – реформ освітньої та судової систем, вдосконалення соціальної політики щодо нацменшин і більше відповідального підходу до охорони навколишнього середовища.

Договір про вступ Болгарії та Румунії до Євросоюзу з 1 січня 2007 року підписали в Люксембурзі. Під документами поставили підписи керівники Болгарії та Румунії, а також міністри закордонних справ 25 країн-членів ЄС.

Хорватія - останнє розширення ЄС⁸²

Приєднання Хорватії до ЄС відбувалося у складний момент. Спільнота переживала найглибшу в своїй історії кризу (як фінансово-економічну, так і політичну). Бажання приймати нових членів сильно зменшилося особливо після вступу Румунії і Болгарії 2007 року, адже обидві ці країни фактично були прийняті «авансом». Ані Болгарія, ані Румунія на момент приєднання до Євросоюзу не виконали всіх вимог спільноти, зокрема щодо боротьби з корупцією. Тоді в ЄС сподівалися на те, що вже саме по собі членство в ЄС допоможе розв'язати існуючі проблеми. Але сталося все з точністю до навпаки: набувши членство, уряди Болгарії і Румунії стали «почивати на лаврах» замість продовження реформ.

81. Палагнюк Ю. В. *Три розширення ЄС у 21 столітті* // Управління в ЄС та політика європейської інтеграції. Мультимедійний підручник. 10.2020. URL: <https://eugov.chmnu.edu.ua/miltymediinyi-posibnyk/>.

82. Палагнюк Ю. В. *Три розширення ЄС у 21 столітті* // Управління в ЄС та політика європейської інтеграції. Мультимедійний підручник. 10.2020. URL: <https://eugov.chmnu.edu.ua/miltymediinyi-posibnyk/>.

Такий вступ «авансом» для Хорватії вже був неможливий. Країни Євросоюзу дуже ретельно поставилися до контролю виконання урядом Хорватії всіх критеріїв вступу. Після прийняття Радою ЄС у грудні 2011 року рішення про приєднання Хорватії процес ратифікації відповідної угоди парламентами країн спільноти ставився у пряму залежність від виконання вимог європейських партнерів, насамперед у боротьбі з корупцією.

Хорватія стала другою після Словенії колишньою югославською республікою в Євросоюзі. З її вступом в ЄС стало 28 країн-членів. Поступове поповнення європейської спільноти країнами регіону, де лише два десятиліття тому у 1990-х роках була війна, має для Європи символічне значення.

Brexit – вихід Великої Британії з ЄС⁸³

Brexit – це поєднання слів Britain and Exit – означає вихід Великої Британії з ЄС.

На референдумі 23 червня 2016 року Великобританія проголосувала за вихід з Євросоюзу, а 31 січня 2020 року вона офіційно перестала бути державою-членом ЄС.

29 березня 2017 року розпочалася процедура офіційного виходу Великобританії з Європейського Союзу. Процедура була важка, супроводжувалася політичними кризами, змінами після виборів урядів у Великобританії, довгими переговорами щодо умов виходу і майбутніх відносин між Великобританією й ЄС.

Таким чином, після виходу Сполученого Королівства Велика Британія та Північна Ірландія зі складу ЄС у січні 2020 р. (так званий Brexit), станом на 2021 р. ЄС складається з 27 країн-членів.

Отже, три розширення ЄС у 21 столітті посилили політичну роль Європейського Союзу в світовому співтоваристві, у результаті чого ЄС став однією з найбільш сильних інтеграційних угруповань у світі.

1 травня 2004 р. відбулося «п'яте» розширення Європейського Союзу, так зване розширення ЄС на Схід. Уперше Євросоюз поповнили відразу 10 держав, з яких вісім – постсоціалістичні країни Центральної та Східної Європи: Естонія, Латвія, Литва, Польська Республіка, Угорщина, Чеська Республіка, Словаччина, Словацька Республіка. А також ще дві країни регіону (Болгарія та Румунія) приєдналися до ЄС через три роки, у 2007 р., коли відбулося «шосте» розширення

83. Палагнюк Ю. В. *Три розширення ЄС у 21 столітті*. Управління в ЄС та політика європейської інтеграції. Мультимедійний підручник. 10.2020. URL: <https://eugov.chmnu.edu.ua/miltymediinyi-posibnyk/> .

ЄС. Для більшості держав п'ятого розширення ЄС реалізація програми підготовки до вступу зайняла близько 11 років, а для Болгарії й Румунії 14-15 років. Уперше членами ЄС стали країни (крім Кіпру й Мальти), які лише в кінці 1980-х рр. почали перехід від соціалістичної економіки до ринкового господарства, від авторитарної держави до демократії європейського зразка. Останнє розширення ЄС відбулося у 2013 р., коли до ЄС вступила Хорватія. Майбутні розширення ЄС також плануються з регіону Балкан – країн колишньої Соціалістичної Республіки Югославія.

У таблиці нижче представлені всі етапи розширення ЄС у 20-21 столітті.

Етапи розширення ЄС

Рік	Етап	Держави
1951	Договір про створення Європейського співтовариства вугілля та сталі	«Держави-засновники»: Франція, ФРН, Бельгія, Люксембург, Нідерланди та Італія
1973	Перше розширення	Велика Британія, Ірландія та Данія
1981	Друге розширення	Греція
1986	Третє розширення	Іспанія та Португалія
1995	Четверте розширення	Австрія, Фінляндія та Швеція
2004	П'яте розширення	Чеська Республіка, Кіпр, Естонія, Угорщина, Латвія, Литва, Мальта, Польща, Словаччина та Словенія
2007	Шосте розширення	Болгарія та Румунія
2013	Сьоме розширення	Хорватія

До нового етапу розширення у 21 ст. ЄС підійшов, перебуваючи фактично на завершальній стадії економічної інтеграції — створення економічного та валютного союзу, а також значною мірою здійснивши цілі політичного союзу. Такий результат був досягнутий протягом понад 50-ти років, через складний і поступовий процес інтеграції, формування правової бази та механізмів співпраці.

❓ *Питання для обговорення:*

1. Чому падіння Берлінської стіни ознаменувало початок нового етапу євроінтеграції?

2. Поясніть сенс гасла «повернення до Європи»?
3. Які особливості п'ятого та шостого етапів розширень можна назвати основними, на Вашу думку?
4. Назвіть три основні проблеми вступу до ЄС країн Центральної та Східної Європи.
5. Як Ви вважаєте, чому Румунія та Болгарія вступили до ЄС у 2007 р., а не у 2004 р.?

6. Чому вступ «авансом» до ЄС для Хорватії був неможливим?

На основі цих підсумків здійснюється узагальнений висновок щодо оцінювання учасниками розширення ЄС у 20 столітті.

✓ Вправа «Ти не один» - 10 хвилин

Мета: активізація учасників, створення в тренінговій групі атмосфери працездатності, виявлення набутих знань.

Хід вправи:

Слово тренера: «Зараз кожен із Вас побачить, що він має певні спільні риси з іншими учасниками. Пропоную помінятися місцями людям, хто, наприклад, знає англійську мову. Якщо в групі такі люди є, то вони міняються місцями. Тренер продовжує:

«Поміняйтеся місцями ті, ...

- хто знає скільки країн-членів ЄС;
- хто може назвати країни-засновниці ЄС;
- у кого друзі або родичі живуть в країні-члені ЄС;
- хто володіє однією з мов країн-членів ЄС;
- хто відвідував хоча б одну країну-члена ЄС;
- хто пам'ятає скільки етапів розширення ЄС;
- хто може розшифрувати назву «Brexit та її значення».

✓ Вправа «13 країн-членів ЄС у 21 столітті» - 15 хвилин

Мета: знайомство з картою Європи та ЄС, вивчення країн-членів ЄС.

Матеріали: роздрукована карта Європи, олівці.

Хід вправи:

Тренер просить знову взяти карти Європи, які роздавав учасникам на тренінгу раніше і просить намалювати на ній всі країни-члени ЄС у 21 столітті – 13 країн і їх назви.

Обговорення в кінці: хто намалював всі країни і правильно визначив їх географічно? Чи були труднощі у визначенні країн? Які нові знання, навички отримали? Скільки країн-членів ЄС стало після виходу Великої Британії з ЄС?

✓ Вправа «Визначення переваг і викликів розширення ЄС для ЄС» - 45 хвилин

Мета: вміти аналізувати основні аспекти сучасних євроінтеграційних процесів та аналізувати вступ країн-членів ЄС в історичній перспективі; здобути вміння прогнозувати наслідки політичних рішень з точки зору розширень ЄС та його результатів; розуміти значення вступу нових країн до ЄС.

Матеріали: фліпчарт, стікери, маркери, ватмани.

Хід вправи:

Тренер ділить учасників тренінгу на дві групи по 7-9 осіб. Попередньо створюється робочий простір для груп. Метод роботи – групова дискусія, виконання завдань в міні-групах. Учасники діляться на групи за своїм бажанням або хто витягне папірець якого кольору: червоний або зелений. Так учасники будуть поділені на 2 команди (червону і зелену), кожна з яких отримає маркери та ватмани.

Завдання – одна група за допомогою метода брейнстормінгу визначає переваги розширення ЄС для самого ЄС, а друга – виклики (недоліки) розширення ЄС для самого ЄС. Свої думки кожна група записує на ватмані. Робота в групі – 20 хвилин. Після закінчення роботи в групах кожна група презентує іншій свої напрацювання, пояснюючи чому виділили такі переваги або недоліки розширення ЄС.

Обговорення в кінці вправи: більше перелічили переваг чи викликів? Які переваги та виклики розширення найбільш значні для ЄС? (найбільш значні переваги та виклики для ЄС визначаються голосуванням всіх учасників тренінгу, а тренер записує на фліпчарті результати голосування). Які нові знання, навички отримали у результаті виконання вправи? Підведення підсумків вправи.

Заключна частина

 **Підведення підсумків**

✓ Вправа «Анкетування» - 10 хвилин⁸⁴

Мета: підвести підсумки тренінгу.

Хід вправи:

Тренер роздає учасникам анкети оцінки тренінгу і пропонує їх заповнити.

Анкета готується завчасно тренером. Бажано, щоб деякі питання анкети мали відкриті питання, які дадуть можливість висловити свої враження у вільній формі. Тренеру необхідно звернути увагу учасників на важливість заповнення всіх пунктів анкети.

84. Тренінгова програма Підготовка тренерів до проведення тренінгових занять з персоналом установ виконання покарань. Біла Церква, 2011. С. 21.

✓ **Вправа «Кораблики припливли?» - 10 хвилин⁸⁵**

Мета: проаналізувати успішність справдження очікувань учасників.

Хід вправи:

Тренер звертає увагу учасників на плакат початку тренінгу «Берег надій – берег досягнень». Кожен із учасників підходить до плакату, знаходить свій стікер з очікуваннями від тренінгу. Всі стікери наклеєні біля «Берегу надій». У разі, якщо сподівання учасника справдилися, тоді свій стікер він переклеює біля «Берегу досягнень». Після виконання даної вправи всі учасники мають змогу побачити: чи справдилися очікування всієї групи.

У випадку, коли більшість стікерів розміщена біля «Берегу досягнень» – тренер робить висновок про успішність реалізації очікувань учасників. Якщо більшість стікерів залишилась на своєму місці, тренер запитує в групи: «Чому, на їх погляд, сподівання не виправдались?»

✓ **Вправа «Ток по колу» - 5 хвилин⁸⁶**

Мета: отримання позитивного зворотного зв'язку між учасниками.

Хід вправи:

Тренер пропонує учасникам взятися за руки та встати в коло. Кожен по черзі висловлює сусіду поруч приємні побажання, при цьому легко стискає руку. Наступний учасник продовжує по колу передавати позитивний «ток».

Тренер обов'язково приймає участь в даній вправі, оскільки ця вправа – остання в тренінгу та являє собою підсумок всього тренінгу. Якщо учасники не починають виконувати вправу, тренер повинен показати приклад: «Я бажаю Вам успіхів» чи «Здоров'я» і запропонувати продовжити по колу.

Список використаної літератури:

1. Палагнюк Ю. В. Чотири розширення ЄС у 20 столітті // Управління в ЄС та політика європейської інтеграції. Мультимедійний підручник. 10.2020. URL: <https://eugov.chmnu.edu.ua/miltymediinyi-posibnyk/> .

2. Палагнюк Ю. В. Три розширення ЄС у 21 столітті // Управління в ЄС та політика європейської інтеграції. Мультимедійний підручник. 10.2020. URL: <https://eugov.chmnu.edu.ua/miltymediinyi-posibnyk/> .

3. Палагнюк Ю. В. Заснування та етапи становлення Європейського Співтовариства. Світова та європейська інтеграція / Навч. посібник. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2008. С. 94-120.

85. Там само. С. 22.

86. Там само. С. 22.

4. Палагнюк Ю. В. Процес інтеграції на Європейському континенті: теоретичні та історичні аспекти. Демократичне врядування : Електронне наукове фахове видання Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. 2013. Вип. 12. URL: http://lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnik12/fail/Palagnjuk.pdf

5. Палагнюк Ю. В. Механізми інтеграції держав Центральної та Східної Європи у Європейський Союз. Державне управління і місцеве самоврядування. 2013. № 4 (19). Д. : ДРІДУ НАДУ. С. 115–123. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2013/2013_04\(19\)/15.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2013/2013_04(19)/15.pdf)

6. Тренінговий посібник. Збірник тренінгів по підготовці персоналу належних ЦНАП. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/397/Treningovuj-posibnyk.pdf>

7. Тренінгова програма. Підготовка тренерів до проведення тренінгових занять з персоналом установ виконання покарань. Біла Церква, 2011. 88 с.

ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ ЯК ЗАПОРУКА ВИХОВАННЯ ПАТРІОТИЧНО АКТИВНОЇ МОЛОДІ (6 годин 30 хвилин)

Мета тренінгу: набуття учасниками тренінгу практичних навичок та умінь, а також інших компетентностей, що є необхідними для формування базових засад медіаграмотності й відповідального споживання інформації, а також стимулювання розвитку критичного мислення й медійної грамотності молоді, адаптивності й гнучкості, готовності до співробітництва, комунікабельності, здатності розв'язувати конфлікти й запобігати дискримінації.

Завдання:

- дізнатися про інструменти та технології ефективної комунікації;
- виділити особливості процесу перевірки отримуваної інформації;
- визначити поняття «медіаграмотність», «комунікація», «повідомлення» та «зворотний зв'язок»;
- дізнатися про методи критичного аналізу інформації та інформаційних ресурсів, а також їх об'єктивної оцінки.

Вміння:

- формулювати об'єктивні достовірні висновки;
- проводити критичний аналіз інформаційних матеріалів;
- формулювати власну позицію, вміти дискутувати та захищати свою думку;
- оцінювати й розрізняти інформацію з різних джерел.

Навички:

- застосування методів й технологій пошуку і критичного осмислення інформації;
- розпізнання фейкових матеріалів, практичного застосування методів факт-чекінгу;
- виявлення індикаторів маніпулювання громадською думкою та ефективною протидії їм;
- прийняття ефективних рішень, обрання оптимального курсу дій.

Ключові слова: критичне мислення, медіаграмотність, патріотичне виховання молоді, активна громадськість, фейк,

мова ненависті (ворожнечі), комунікація, пропаганда, маніпуляція свідомістю.

Методи навчання: словесні (лекції), наочні (ілюстрація) та практичні (творчі, усні та письмові вправи, що виконують як індивідуально, так і в групах). **Форма проведення навчального заняття:** семінар, що поєднує теоретичні блоки (лекції) і тренінг (практичні вправи). Навчальні заняття проводяться із використанням мультимедійних презентацій.

Активність. Знайомство (15 хвилин)

На початку тренінгу тренери пропонують учасникам познайомитися. Для цього можна використати наступну вправу **«Казковий магазин»**: кожен учасник виставляє на продаж у казковому магазині свій товар – риси характеру, навички, уміння. А на заміну замовити собі щось інше (наприклад: продаю 500 грамів витримки, а куплю 100 грамів здогадливості). Кожен учасник повинен щось продати і придбати⁸⁷.

➡ **Тематичний блок 1 (60 хвилин).** Особливості поширення інформації в сучасному медіапросторі. Сучасна комунікація й медіаграмотність. Пропаганда, маніпуляція, дезінформація. Засоби масової комунікації та інформації: особливості визначення понять. Комунікація як необхідна складова сучасного розвитку суспільства. Медіаграмотність: поняття та компетенції.

Інформування та комунікація: різниця цих понять полягає у монологічності та однонаправленості інформування, на відміну від діалогічності комунікації, для якої ключовими виступають чинники обміну інформацією та відслідковування зворотного зв'язку.

Виділяють 2 основні моделі інформаційної взаємодії: лінійна (простий процес передачі інформації від суб'єкта до цільової аудиторії) та двоступінчата модель (передбачає передачу інформації через посередництво лідерів думок).

На сьогодні майже всі медіа в Україні неприбуткові. Чому ж тоді власники продовжують їх спонсорувати? Відповідь очевидна: щоб мати змогу впливати на владу (показувати свою значущість), на людей, на союзників і конкурентів. В Україні зареєстровано понад 34 тисячі газет, виходять, за експертними оцінками, 4-6 тис. газет. Для порівняння, у Німеччині, населення якої майже у два рази більше, ніж в Україні, реклами більше в 36 разів(!) (25,3 млрд. дол. проти 0,7

87. Вправи для тренінгів: розминки-криголами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://simshecon.com/wp-content/uploads/2020/07/1e4d82e5c50b5b93206d88954808741c.pdf>

млрд. дол. в Україні у 2014 р.); всього близько 1,5 тис. газет, а повних редакцій понад 400. Звісно, такої кількості преси український ринок витримати не може⁸⁸.

Але нові газети все одно засновують. І мотивує тут знову ж таки можливість впливати. Залежність від власника дуже негативна і для якості роботи журналістів. Людина, яка розуміє, що її зарплата залежить не від аудиторії чи реклами, а тільки від власника, обслуговує саме його.

Медіаграмотність – сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати різноманітні повідомлення для різних типів медіа; це набір компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства. Окрім того, медіаграмотність передбачає вміння розуміти й аналізувати, як медіа функціонують у суспільстві та який вплив вони мають⁸⁹.

Компетентності з медіаграмотності можна умовно поділити на чотири групи – розуміння медіа, використання медіа, комунікація за допомогою медіазасобів та вміння досягати власних цілей, застосовуючи медіа. Нідерландська організація, яка спеціалізується на медіаграмотності, *Mediawijzer.net*, звернулася до експертів, щоб визначити, які це мають бути компетентності, і вони сформулювали десять компетентностей із медіаграмотності⁹⁰:

1. Розуміння все більшого впливу ЗМІ на суспільство.
2. Розуміння того, як побудовані ЗМІ.
3. Розуміння того, як медіа забарвлюють реальність.
4. Використання обладнання, програмного забезпечення й додатків.
5. Орієнтація в медіасередовищі.
6. Пошук та обробка інформації.
7. Створення контенту.

88. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. – К. : IREX, Академія Української преси та StopFake, 2016, С. 39.

89. Гордієнко Т. Тиждень медіаграмотності: сім найцікавіших публікацій від MediaSapiens. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/19973/2017-11-07-tyzhden-mediagramotnosti-sim-naytsikavishykh-publikatsiy-vid-mediasapiens/>

90. Бути медіаграмотним: 10 необхідних компетентностей. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhidnikh_kompetentnostey/

8. Використання соціальних мереж.
9. Розмірковування про власне використання медіа.
10. Досягнення цілей за допомогою засобів масової інформації⁹¹.

Технології пропаганди в масовій комунікації. Пропаганда VS інформування.

Кожна людина сприймає інформацію по-різному, й один і той самий меседж можна по-своєму пояснити. Не знаючи маркерів і практичних інструментів, які допоможуть розрізнити інформування та пропаганду, ми не зможемо правильно їх ідентифікувати.

Відмінності між інформуванням та пропагандою:

Інформування – інформує, роз'яснює, але: не дає готових рішень:

- повідомлення (повідомляти)
- знання (дізнаватися)
- просвіта (просвіщати, пояснювати)
- опис подій (описувати)
- спілкування (спілкуватися)
- об'єктивність

Пропаганда – інформує, роз'яснює, переконує, але: компрометує, маніпулює:

- заклик (закликати)
- вплив (впливати)
- агітація (агітувати)
- реклама (рекламувати)
- навіювання (навіювати)
- оцінний (оцінювати)
- змінювати думку⁹²

Інформаційне поле, з яким ми з вами стикаємося щодня, багаторівневе й містить велику кількість інформації, що має різні цілі й завдання. Тому дуже важливо розуміти, а головне, розбиратися в тому, що ми бачимо і чуємо з вами щодня.

Знаючи, що таке інформування і які пропагандистські методи застосовуються, ви будете дуже обережно підходити до потоку інформації; зможете для себе визначати, що слід сприймати, над чим варто замислитися, що треба перевірити і на що орієнтуватися.

91. Бути медіаграмотним: 10 необхідних компетентностей. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhdnikh_kompetentnostey/

92. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. – К. : IREX, Академія Української преси та StopFake, 2016, С. 15.

Цензура, самоцензура, джінса.

Основні причини, що впливають на якість журналістських матеріалів на медіаринку країни:

1. Не дотримуються стандарти якісної журналістики (матеріали не відповідають дійсності);
2. Неповнота представлених матеріалів (представлена тільки одна зі сторін);
3. Незбалансованість представлених у матеріалі думок;
4. Відсутнє посилання на джерело інформації.

Також на якість матеріалів, представлених в медіа безпосередньо впливають:

- наявність цензури (пряме втручання у діяльність журналістів, заборона окремих видів інформації);
- самоцензура (заякування та вбивства журналістів);
- хибне розуміння патріотизму (журналістика відданості);
- «джінса» (підкуп журналістів, проплачені матеріали).

Цензура – контроль держави, організацій або групи людей над публічним проявом думок і творчості людей. Зазвичай проявляється у придушенні ідей, тем. Як виправдання цензури часто називають необхідність стабілізувати суспільство. Витоки цензури простежуються від появи писемності. Однією із перших відомих жертв цього явища став філософ Сократ (399 р. до н. е.), якого засудили на смерть за те, що він своїми промовами нібито розбещував молодь полісу (міста-держави)⁹³.

На тлі такого поняття, як цензура, сформувалося ще одне явище контролю подання інформації – *самоцензура*. Це щось на кшталт «відмови від свободи на вибір», коли журналіст сам вирішує не подавати певної інформації. Думки щодо цього поняття розходяться. Одні стверджують, що самоцензура працює лише в інтересах суспільства, інші – що це прояв страху.

«Джінса» – походження самого терміна точно невідоме, існує кілька варіантів. Один з них – це від усіх відомих джінсів, у яких любляють ходити журналісти і, відповідно, ховати грошові винагороди за замовлені публікації. «Джінсою» журналісти називають проплачений матеріал або навмисне приховану рекламу. Це сленгове слово, що має вжиток на ринку ЗМІ, насамперед в Україні та Росії. Зумисно прихована реклама або антиреклама може подаватися у

93. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. – К. : IREX, Академія Української преси та StopFake, 2016. – С. 51.

вигляді новин, авторських текстів, аналітики й телевізійних програм тощо⁹⁴.

Дуже важливо уміти фільтрувати те, що ми чуємо і бачимо. То яким критерієм має відповідати справжній журналістський матеріал? Журналіст повинен орієнтуватися і дотримуватися основних **журналістських стандартів**: балансу думок і поглядів, повноти передання фактів та інформації, відмежування фактів від поглядів, правдивості, точності, посилення на джерело інформації.

Маніпулятивні технології у ЗМІ. Дезінформація як форма інформаційно-психологічного впливу.

Маніпуляція в медіа – це техніка цілеспрямованого викривлення інформації заради формування певного погляду, певного ставлення до тієї або іншої проблеми/особи/явища.

Прикладами маніпуляції в медіа можуть бути: зміщення акцентів у повідомленні; надання неповної інформації; висмикування з контексту; навмисне приховування певного аспекту інформації тощо.

Маніпуляція в медіа тісно пов'язана з одним важливим поняттям – «пропагандою». Пропаганда – це така форма комунікації, що має за мету вплинути на ставлення суспільства до певної проблеми/ситуації/явища. Пропаганда можлива завдяки застосуванню маніпулятивних технік. Пропаганда може мати різні форми й використовувати різні засоби. Пропагандистськими можуть бути як листівки, що роздають на вулиці, так і матеріали в мас-медіа, які аудиторія сприймає як незалежну журналістику. Це додаткова небезпека від пропаганди – підрив довіри до медіа⁹⁵.

В умовах інформаційного суспільства *дезінформацію* (дезінформування) слід розглядати як спосіб інформаційно-психологічного впливу на особу (групу осіб), уповноважену приймати рішення, засобом якого є спеціально модифікована інформація, з метою формування у неї (них) хибного уявлення про певні події, факти, явища, та завдяки цьому спонукання її (їх) до прийняття певних рішень (учинення певних дій або бездіяльності), вигідних суб'єкту впливу (тобто, фактично, маніпулювання).

Дезінформація як явище, постійно змінюючись, продовжує удосконалюватися. Використовуються усе більш витончені методи поширення спотвореної інформації.

94. Там само, С. 57.

95. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. – К. : IREX, Академія Української преси та StopFake, 2016. – С. 75.

На жаль, треба визнати, що маніпулятивні прийоми постійно удосконалюються і ускладнюються, ефективного масового захисту від них не було і, мабуть, не буде. Потрібно ставитися до всього критично, варто пам'ятати і розуміти, що єдино вірним способом або прийомом протидії хитрощам маніпуляторів буде голос розуму («Кому, в першу чергу, це вигідно?»)

► Практикум 1. «Аналіз медіа новин» (30 хвилин)

Мета: освоєння навичок виділяти маніпулятивні технології в новинному середовищі.

Хід вправи:

Завдання може виконуватися індивідуально або колективно. Тренер має підготувати 5-6 новин, що містять маніпулятивні аспекти та бланки для їх оцінки. Слухачам пропонується подивитися по чергово медіа новини та оцінити їх на наявність маніпулятивних технологій. Новини мають відповідати на питання: Хто? Що? Де? Коли? Чому? Яким чином? Слухачі повинні з'ясувати чи на всі питання відповідають запропоновані новини. Якщо ні, то визначити, які технології були використані і занотувати на бланку оцінки. Потім колективно обговорити кожну новину.

► Практикум 2. «Вивчай та розрізняй» (15 хвилин).

Мета: освоєння навичок ідентифікації та відокремлення різних форм комунікації.

Хід вправи:

Учасники діляться на групи по 4-5 осіб. Тренер демонструє презентацію, в якій на слайдах розміщені приклади різних форм комунікації – інформування, соціальна реклама, пропаганда, комерційна реклама, PR, – заковані певними номерами. Їм потрібно спільно вирішити, під яким номером розміщений кожен відповідний приклад.

Після обговорення першого слайду в групах, учасники по чергово висловлюють та обґрунтовують свою думку по кожному прикладу. Далі тренер показує слайд із правильними відповідями та дає усні роз'яснення.

Рекомендовано демонструвати 3-4 слайди із 5 закованими формами комунікації на кожному.

► Тематичний блок 2. Мова ненависті (60 хвилин)

Мова ненависті (ворожнечі) – особливості визначення, функції та види. Використання мови ненависті у ЗМІ. Мова ненависті як

порушення прав людини. Боротьба із мовою ненависті в соціальних мережах. Способи протидії мові ненависті.

Відомий український письменник Сергій Жадан у одному із своїх інтерв'ю зазначив, що «Мова ненависті – це мова слабаків. Це мова слабкого. Це мова людини, яка істерить, яка невпевнена в собі, людини, яка не може говорити з позиції сили. Людини, яка не може говорити з позиції впевненості. Коли немає впевненості у своїх діях, тоді в тебе виявляється захисна реакція, агресія, й ти намагаєшся переплюнути свого опонента, свого ворога – його ж методами, ти намагаєшся ненавидіти його ще більше, ніж він ненавидить тебе»⁹⁶.

Мова ворожнечі є аналогом англійського терміну «**hate speech**», що виник у США і в Європі в 50-х роках ХХ століття. У науковій літературі також уживаються подібні, але не тотожні поняття, такі як

- «словесний екстремізм»,
- «мовна (мовленнєва) агресія»,
- «мовна демагогія»,
- «мовний конфлікт»,
- «мовне (мовленнєве) насилля»,
- «мовна маніпуляція»⁹⁷.

Якщо визначати саме поняття «мова ворожнечі», то запропонованою рекомендацією Комітету міністрів Ради Європи № 97(20)2, до такого виду мовлення належать всі види висловлювань, які поширюють, підбурюють, заохочують чи виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм або інші форми ненависті, що ґрунтується на нетерпимості, що зокрема, виявляється як войовничий націоналізм та етноцентризм, дискримінація та ворожість стосовно меншин, мігрантів і осіб іноземного походження⁹⁸.

Поряд з терміном «мова ворожнечі» часто використовують

96. Дачковська М. Сергій Жадан: Мова ненависті — це мова слабаків/ М. Дачковська //MediaSapiens. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/19023/2017-06-02-sergiy-zhadan-mova-nenavysti-tse-mova-slabakiv/>

97. Богданова І. «Мова ворожнечі» в текстах україномовного медіапростору / Ірина Богданова, Олена Лептуга // Український світ у наукових парадигмах: Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. — Харків : ХІФТ, 2020. — Вип. 7. – С. 7

98. Рекомендація N R (97) 20 Комітета міністрів Совета Европы государствам-участникам по вопросам «разжигания ненависти» (Принята Комитетом Министров 30 октября 1997 года на 607-м заседании заместителей

термін дискримінація (з лат. *Discrimination* - «розрізнення») – умисне обмеження або позбавлення прав певних юридичних та фізичних осіб. Відбувається шляхом прийняття відповідного законодавства, фактично чи приховано. Стосовно фізичних осіб, дискримінація здійснюється за різними ознаками – раси, кольору шкіри, статі, мови, релігії, політичних, та ін. переконань, національного та соціального походження, майнового стану тощо⁹⁹. Починаючи із 1948 року у Загальній декларації прав людини було закріплено положення про заборону всіх форм расової чи іншої дискримінації.

Серед основних міжнародних документів, в яких інтерпретується поняття мови ненависті / ворожнечі та визначаються критерії її розпізнавання, можна назвати наступні:

- європейська Конвенція про права людини та основоположні свободи (Стаття 10);
- додатковий Протокол до Конвенції «Про кіберзлочинність», який присвячений питанням переслідування ксенофобної й расистської діяльності в мережі;
- американська Конвенція про права людини (Стаття 13, пункт 5);
- міжнародний Пакт про громадянські і політичні права (Стаття 20, пункт 2);
- міжнародний Пакт про економічні, культурні та соціальні права (МПЕКСП);
- конвенція ООН проти катувань та інших жорстоких, негуманних або таких, що порушують права людини, видів поведінки та покарання («Конвенція проти катувань»);
- конвенція з ліквідації всіх форм дискримінації проти жінок;
- міжнародна Конвенція з ліквідації всіх форм расової дискримінації (Конвенція по расовій дискримінації);
- декларація ЮНЕСКО про раси та расові заборони;
- декларація ЮНЕСКО принципів терпимості;
- європейська соціальна хартія;
- рамкова конвенція про захист національних меншин;
- рекомендація Ради Європи щодо «мови ненависті» 97 (20), Рекомендація 97 (21) щодо ЗМІ і сприяння розвитку культури толерантності та інші.

министров). – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_093#Text

99. Дискримінація // Юридична енциклопедія : [у 6 т.] / ред. кол. Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.]. — К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 1998. — Т. 2 : Д — Й. — 744 с.- Режим доступу: <https://cyclop.com.ua/content/view/1051/58/1/8/#13702>

Окремо варто відмітити справи Європейського суду з прав людини щодо відповідальності за мову ненависті / ворожнечі.

Підґрунтям для мови ворожнечі є стереотипне мислення. Поняття «стереотип», (утворене від грецьких слів στερεός – твердий і τύπος – відбиток), так називалися друковані форми, що використовувалися для багаторазового відтворення тексту. Близькими за змістом є і інші поліграфічні поняття – кліше, штамп¹⁰⁰.

Стереотип – це стійке уявлення про риси, властивих певним соціальним групам, яке переноситься на всіх її представників¹⁰¹.

Стереотипи є складовою частиною масової культури та можуть формуватися на основі наступних показників:

- віку (наприклад, «молодь слухає тільки рок-н-рол»),
- статі (наприклад, «жінка має сидіти вдома і виховувати дітей»),
- раси (наприклад, «японці не відрізняються один від одного»),
- релігії (наприклад, «іслам – релігія терору»),
- професії (наприклад, «всі адвокати – шахраї»),
- національності (наприклад, «всі євреї – жадібні»),
- стереотипи географічні (наприклад, «життя в невеликих містах безпечніше, ніж в мегаполісах»),
- речові (наприклад, «німецькі машини – найякісніші») та ін¹⁰².

Найпоширеніші стереотипи щодо етнічних груп:

- «Особи кавказької національності» – кліше на позначення представників корінних народів Закавказзя та Північного Кавказу, узагальнене, стереотипне уявлення про вихідців з цього регіону, що сформувалося у свідомості людей з часів СРСР. У 1990-ті роки під час масштабних воєнних конфліктів на території Кавказу стало асоціюватися з тероризмом¹⁰³.

– «Цигани» - самоназва цієї етнічної групи – роми. В українському суспільстві проявляються неприйняття, страх, осуд щодо ромів через

100. Пендюра М. М., Старицька О. О. Поліцейська деонтологія : навч. посіб. / М. М. Пендюра, О. О. Старицька. – К. : ФОП Маслаков, 2020. – С. 205

101. Там само, С. 205

102. Там само, С. 205

103. Не потони в інформаційному дощі: посібник для тренерів. – Режим доступу:

http://nmcps.sumy.sch.in.ua/Files/downloadcenter/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%9D%D0%B5%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BD%D0%B8%20%D0%B2%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D0%B4%D0%BE%D1%89%D1%96.pdf

їхній спосіб життя, соціальну поведінку. Наразі ромська громада України формує власну культурну еліту. Намагається здобути гідну освіту, соціалізуватися. Проте ми повинні усвідомлювати, що значна кількість ромів перебувають за межею бідності. Наприклад, у найвеличнішому акторові усіх часів і народів, Чарлі Чапліні, текла ромська кров. Не приховує ромське коріння і Златан Ібрагімович, видатний сучасний футболіст¹⁰⁴.

Об'єктом агресії (навіть несвідомої) мови ненависті найчастіше стають ті, хто найменше схожий на нас: ті, хто інакше думають; ті, хто іншої національності, а отже виглядають по-іншому; ті, хто веде інший, незрозумілий для нас, спосіб життя. Ми «маркуємо», обзиваємо їх, додаючи ще й мовне забарвлення, щоб виділити серед звичних комфортних, приємних понять¹⁰⁵.

Можна виділити такі конкретні види мови ворожнечі, які, в тому числі, транслюються і через ЗМІ (подається згідно із класифікацією Інформаційно-аналітичного центру «Сова»)¹⁰⁶:

1) заклики до насильства (тобто у зв'язку з конкретною ситуацією, із зазначенням об'єкта насильства; проголошення насильства допустимим засобом у своїх статтях, повідомленнях і т. п. – у тому числі й у вигляді прямих закликів до насильства щодо групи).

2) пряме підбурювання до дискримінації, у тому числі у вигляді загальних гасел.

3) завуальовані заклики до насильства і дискримінації (пропаганда «позитивних», історичних або сучасних, прикладів насильства або дискримінації; вирази на кшталт «добре б зробити з ...», «давно час ...» і т. п.).

4) створення негативного образу етнічної, релігійної чи певної соціальної групи (пов'язане не з конкретними подієвими звинуваченнями, а радше передані ширшими термінами, загальним змістом чи інтонацією тексту або фрагмента тексту).

104. Не потони в інформаційному дощі: посібник для тренерів. – Режим доступу: http://nmcps.sumy.sch.in.ua/Files/downloadcenter/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%9D%D0%B5%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BD%D0%B8%20%D0%B2%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D0%B4%D0%BE%D1%89%D1%96.pdf

105. Там само.

106. Печончик Т. Чому мова ворожнечі з'являється у ЗМІ / Т. Печончик // Комісія з журналістської етики. – Режим доступу: <https://www.cje.org.ua/ua/blog/chomu-mova-vorozhnechi-zyavlyayetsya-u-zmi>

5) виправдання історичних випадків насильства і дискримінації (вирази на кшталт «турки різали вірмен в 1915 році в порядку самооборони»).

6) публікації та висловлювання, які піддають сумніву загальноновизнані історичні факти насильства і дискримінації (наприклад, заперечення Голокосту чи твердження, що «кримських татар вислали за те, що вони стали на бік Гітлера»).

7) твердження про неповноцінність (нестача культурності, інтелектуальних здібностей, нездатність до творчої праці) тієї чи іншої етнічної чи релігійної, або певної соціальної, групи як такої (на кшталт «вони придатні тільки для підмітання вулиць»).

8) твердження про історичні злочини тієї чи іншої етнічної чи релігійної групи як такої (на кшталт «вони завжди вдавалися лише до насильства», «вони завжди змовлялися проти нас»).

9) твердження про кримінальність тієї чи іншої етнічної або релігійної групи (наприклад, «усі вони – злодії»).

10) твердження про моральні недоліки тієї чи іншої етнічної чи релігійної групи («євреї користолюбні», «цигани – обманщики»).

11) міркування про непропорційну перевагу тієї чи іншої етнічної або релігійної групи в матеріальному достатку, представництві у владних структурах, пресі і т. д.

12) звинувачення в негативному впливі тієї чи іншої етнічної, релігійної або певної соціальної групи на суспільство, державу («розмивання національної ідентичності», «підривання традиційних цінностей» тощо).

13) згадка певної групи або її представників як таких в принизливому або образливому контексті (у тому числі у кримінальній хроніці або просто при згадці етноніма).

14) заклики не допустити закріплення в регіоні (районі, місті і т. д.) представників тієї чи іншої етнічної чи релігійної групи (наприклад, розмірковування про неприпустимість будівництва мечеті у «православному місті»).

15) цитування явно ксенофобних висловлювань і текстів без коментаря, визначального розмежування між позицією інтерв'ююваного і позицією журналіста/ки; аналогічно – надання місця в газеті для явної ксенофобної пропаганди без редакційного коментаря чи іншої полеміки.

16) звинувачення групи в спробах захоплення влади або в територіальній експансії (у буквальному розумінні, на відміну від закликів не допустити закріплення в регіоні).

17) заперечення громадянства (тобто згадка про громадян як про іноземців чи «не-громадян» через їх етнічну ідентифікацію)¹⁰⁷.

Як виявити мову ненависті та запобігти їй (ПАМ'ЯТКА):

– мова ненависті не опирається на факти, а лише на сконструйовані образи.

– виявляйте стереотипи та упередження, запобігайте їхньому поширенню.

– поважайте права і потреби інших людей незалежно від культури, статі, віку, здібностей тощо.

– цінують позитивний внесок інших людей.

– жарти не є прийнятним приводом для того, щоб знущатися з людей.

– використання негативу проти особистості, нації, етнічної чи соціальної групи — це спроба маніпулювання свідомістю¹⁰⁸.

▶ Практикум 3. «Вправа з медіаграмотності. Відповідальне споживання інформації» (15 хвилин).

Мета: освоєння основ медійної грамотності та особливостей взаємодії зі ЗМІ, здатності відповідально споживати інформацію.

Хід вправи:

Вправа представляє собою послідовне обговорення конкретних прикладів зображень, які тією чи іншою мірою є зміненими з метою формування бажаної реакції аудиторії (ракурс; кадрування зображення; цілеспрямована обробка фото; використання фото, що відноситься до іншого часу, країни, події).

На початку тренер протягом 2-3 хвилин розповідає про конструктивні та деструктивні цілі комунікації, причини маніпулювання та намагання викривлення інформації.

Потім подається послідовність зображень, кожне з яких обговорюється аудиторією. Можливі запитання:

1. Які емоції викликає у вас це фото?
2. Що ви відчуваєте?
3. Чи здається вам щось підозрілим?
4. Оптимальним є обговорення 8-10 фото-матеріалів.

107. Печончик Т. Чому мова ворожнечі з'являється у ЗМІ / Т. Печончик // Комісія з журналістської етики. – Режим доступу: <https://www.cje.org.ua/ua/blog/chomu-mova-vorozhnechi-zyavlyayetsya-u-zmi>

108. Громадянська освіта» (інтегрований курс, рівень стандарту) /П.В. Вербицька, О.В. Волошенюк, Г.О. Горленко та ін. – Київ: Літера ЛТД, 2018. – Режим доступу: <http://kropivnitsky.maup.com.ua/assets/files/10-klas-gromadjanska-osvita-verbicka-2018.pdf>

Наприкінці, тренер підсумовує, які саме маркери допомогли нам розпізнати фейки в процесі аналізу; які інструменти ми можемо використовувати в цьому процесі; надає перелік рекомендацій для усвідомленого споживання інформації.

Практикум 4. «Аналіз текстів на маркери мови ворожнечі» (15 хвилин)

Завдання може виконуватися як індивідуально, так і в групах. Слухачам надаються тексти, що містять елементи мови ворожнечі, а також тексти, що їх не містять. Відповідно до маркерів мови ненависті, слухачі мають проаналізувати запропоновані тексти-новини.

Тематичний блок 3. Фейк як один з механізмів інформаційної маніпуляції (60 хвилин)

Фейк – підходи до визначення. Мислення заголовками. Різновиди фейків. Усвідомлене медіаспоживання: фотофейки. Як відрізнити факти від суджень та маркувати ознаки маніпуляцій в медіа. Фейки та нові медіа.

Фейк – підходи до визначення.

Фейком називають один з найбільш поширених сучасних варіантів маніпуляції у мас-медіа, оскільки фактично це – новина, яка є навмисно зманіпульованою. Вигадані новини часто дуже популярні в мережі, бо зазвичай вони цікаві, неймовірні й викликають гостру емоційну реакцію.

Фейки створюються для того, щоб поступово, крок за кроком, досягати бажаного ефекту – формування відносин, реакції до певного явища/соціальної групи/етнічної групи тощо.

Людині стає все важче відрізнити правду від вигадки, і вона може навіть свідомо уникати міркувань про те, де – правдива інформація, а де – фейк. Небезпека фейків полягає у їхньому накопичувальному ефекті та дезорієнтації споживача інформації, а також у тому, що вони:

- спотворюють реальність;
- підривають довіру до медіа¹⁰⁹.

«Глибокий фейк» – відео та аудіо, які можна сприйняти за цілком реальні, але при цьому поширюється сотворена інформація, яка не відповідає дійсності.

Критичне мислення та сприйняття – основа формування оцінних ставлень та суджень, які допомагають розвінчувати міфи та фейки¹¹⁰.

109. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. – К. : IREX, Академія Української преси та StopFake, 2016. – С. 78-80.

110. Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства:

Через це дуже важливо вміти адекватно та критично сприймати й оцінювати інформацію для того, щоб зуміти ідентифікувати різного роду маніпуляції.

Мислення заголовками. Різновиди фейків.

Заголовок – це дуже важливий елемент статті. Одна з його функцій – уразити читача й змусити його прочитати матеріал. Саме тому в заголовки журналісти часто додають елементи драматичності, сенсаційності.

Річ у тім, що у сучасну епоху інформаційної перенасиченості значна частина споживачів інформації обмежується тільки прочитанням заголовку, чим і користуються пропагандисти й маніпулятори.

Мільйони людей щодня відвідують пошукові системи або перевіряють свою пошту.

Зазвичай на сторінці вони також бачать тільки заголовки новин про найважливіші події дня. Велика ймовірність, що такий користувач побачить тільки заголовок і ніколи не довідається, що ж відбулося насправді¹¹¹.

Варто наголосити, що при ознайомленні з будь-яким матеріалом *не варто обмежуватися лише заголовком*, адже так дуже легко стати жертвою маніпуляції.

Клікбейт – це технологія формування цікавого заголовку з метою переходів читачів на сайт, де опублікована новина

Ще один розповсюджений спосіб маніпуляцій у всіх типах медіа – *маніпуляції з експертами*. Функція мас-медіа не тільки повідомляти про факти і події, але й пояснювати їх аудиторії. Для цього використовують експертів. Це можуть бути як політики, так і фахівці в різних сферах.

Вони аналізують ті чи інші рішення влади, говорять про причини їх ухвалення, дають прогнози щодо наслідків. Є люди, що регулярно з'являються на телеекранах у новинах, ток-шоу, на сторінках газет. Хтось коментує військові справи, хтось – економічні проблеми, хтось – фінансові.

Але не завжди, коли ви чуєте в новинній стрічці значне/звучне: «Експерт з фінансових питань Олександр Ніколаєнко», потрібно прислухатися до цієї людини. Для більшої переконливості

посібник для вчителя / Т. Бакка, О. Бурім, О. Волошенюк, Р. Євтушенко, Т. Мелещенко, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. – К. : ЦВП, АУП, 2016, С. 51.

111. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. – К. : IREX, Академія Української преси та StopFake, 2016. – С. 82.

розповсюджуваної дезінформації іноді пропаганда використовує «фейкових» експертів і коментаторів¹¹².

Медіа не тільки маніпулюють з фактично фейковими експертами. Так само фейковими можуть бути герої матеріалів, що нібито прості люди. *Використання фейкових героїв* – один із способів створити неправдиву картину реальності, і він використовується досить часто.

Усвідомлене медіаспоживання: фотофейки. Як відрізнити факти від суджень та маркувати ознаки маніпуляцій в медіа.

Фотофейки. Ще один надзвичайно розповсюджений тип фейків – підробки фотографій, які правлять за докази стверджень у тексті.

Річ у тім, що картинка-доказ зазвичай сприймається як беззастережний факт. До того ж картинка часто стає засобом розбудити емоції, які, за твердженням психологів, гальмують роботу логічного мислення.

Саме через ці причини фотофейки так потрібні медіа, які поширюють неправдиву інформацію. А широкого розповсюдження вони набули завдяки тому, що можуть використовуватися в усіх медіа, крім радіо: у пресі, на телебаченні, у соцмережах.

Три основні види фотофейків:

1. Реальне фото одного місця/людини, представлене як зображення іншої території/людини.

2. Підробка, тобто фото, оброблене в графічному редакторі (наприклад, фотошопі) з додаванням або затиранням деяких елементів.

3. Обрізане фото (іноді такий фейк вважають різновидом підробки), на якому частина фото вирізається з контексту й завдяки цьому його значення часто змінюється на протилежне¹¹³.

Фотофейками можна назвати й підроблені документи. Адже для їхнього створення також використовується графічний редактор типу фотошопу.

Фейки на телебаченні

Телебачення – один з «улюблених» інструментів для маніпулювання й пропаганди.

Головна причина цього – його поширеність, доступність, розважальна природа і, як наслідок, популярність.

І хоча спостерігається падіння довіри до ТБ і ріст конкуренції з боку інтернету, в Україні телебачення залишається одним з основних

112. Там само С. 87.

113. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. – К. : IREX, Академія Української преси та StopFake, 2016. – С. 91-92.

джерел інформації для людей – згідно з опитуваннями, понад 80 відсотків українців отримує інформацію з телебачення. Як засіб візуальної комунікації телебачення виглядає набагато прагматичнішим, його повідомлення найпривабливіші за формою і проникають набагато глибше у свідомість споживачів, якщо порівняти з усіма іншими медіа¹¹⁴.

Популярність телебачення, зокрема, ґрунтується на різноманітності контенту й можливості швидко перемикатися з однієї теми на іншу. Це зменшує можливості критичного ставлення до побаченого.

Маркерами ймовірних фейків у телевізійних сюжетах можуть бути:

- неймовірні і приголомшливі ситуації, про які говориться в сюжетах;
- згущення барв журналістами (вживання емоційної лексики);
- підштовхування «героїв» до певних суджень з боку журналіста;
- невідповідність «картинки» до тексту журналіста¹¹⁵.

Фейки та нові медіа

Соціальні мережі сьогодні виступають не лише майданчиком для оперативного вироблення, розповсюдження та обміну інформацією, але й є зручним інструментом для поширення пліток, чуток і фейків. Легкий доступ (до того ж простота реєстрації), відносна анонімність і горизонтальна структура дозволяють швидко поширювати повідомлення без прив'язки до фактичного географічного місця розташування.

Попри це, для багатьох українців соціальні мережі – **джерело інформації і новин**.

Соціальні мережі не є медіа, і на них не поширюється логіка й стандарти, яких повинні дотримуватися журналісти і редакції. Звичайно, є акаунти, що належать медіаорганізаціям, і тоді на них поширюються ті ж стандарти, що й у самих медіа. Але звичайно соцмережі мають свої певні правила, спрямовані на їхнє моральне використання, однак вони не спрямовані на те, щоб користувачі перевіряли інформацію, яку вони поширюють.

Цим і користуються ті, хто використовує соціальні мережі для поширення фейків, бо там можна розмістити будь-яку інформацію, і **користувачі будуть її поширювати, навіть якщо вона неправдива**¹¹⁶.

114. Там само, С. 97-98.

115. Там само, С. 103.

116. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. – К. :

Тільки-но інформація була поширена в соціальних мережах, її неможливо повернути назад або спростувати. Звичайно, можна зробити виправлення/спростування (як роблять у газетах або на радіо і телебаченні), але їх прочитає зовсім мало людей, і швидше за все серед них не буде тих, хто читав оригінальне повідомлення.

Також соцмережі можуть використовуватися для централізованого використання сторінок соцмереж для «закиду» пропаганди або фейкових повідомлень

Слід пам'ятати про важливі маркери можливих фейків у соцмережах:

- підозрілі акаунти, на яких поширюється інформація;
- шокуюча інформація;
- хвилеподібне поширення якогось повідомлення¹¹⁷.

Якщо ви зустрічаєте подібні маркери, слід звернути додаткову увагу на зміст повідомлення, акаунт автора та його хроніку та спробувати вийти на першопочаткове джерело інформації.

Не потрібно уникати медіа через страх/ризик фейків або маніпуляцій. Після здобутих знань ми тепер маємо більш усвідомлено сприймати інформацію, перевіряти сумнівні факти й піддавати аналізу важливу інформацію, перш ніж ділитися нею або реагувати на ту чи ту новину.

Практикум 5. «Аналіз заголовків» (15 хвилин)

Мета: застосування навичок критичного мислення та здатності відповідально споживати інформацію.

Хід вправи:

Роздайте учасникам роздатковий матеріал. Вправа проходить за таким алгоритмом: треба розділитися на групи по 5 осіб – прочитати заголовок – обговорити його у групах. Обговорення заголовка ґрунтується на трьох питаннях:

- яким чином можна перевірити правдивість заголовків?
- як ви думаєте, чи фейки вони?
- чому ви зробили такий висновок?

Після цього заголовок має бути віднесений до однієї з категорій:

- фейк;
- не фейк (можна перевірити);
- не фейк, але думка або судження.

Після чого відбувається почергове виголошення варіантів групами та загальне обговорення.

IREX, Академія Української преси та StopFake, 2016. – С. 104.

117. Там само, С. 109.

Можливі варіанти заголовків:

1. Білорусь відмовилася від своєї валюти й переходить на російський рубль (це фейк, який можна перевірити на білоруських сайтах).

2. Обласна рада Закарпаття проголосувала за приєднання цієї області до Угорщини (фейк, який можна перевірити на сайті облради).

3. Експерт: «Наступного тижня Україна оголосить себе країною-банкрутом» (не фейк, але думка експерта ще нічого не означає без фактів).

4. У Києві припинений рух транспорту вулицею Хрещатик (не фейк, тому що це можливо на свята й вихідні; цей факт можна перевірити за допомогою вебкамер з Хрещатику, або на сайті Київради).

5. Співак Девід Бові виступить із концертом у Донецьку (фейк, який можна перевірити на сайті співака).

6. Британські мас-медіа отримали ексклюзивне фото організатора терористичного акту в Бангкоку (не фейк; фотографію можна перевірити через Google-пошук та з інших джерел).

7. Мобільні оператори підняли плату за дзвінки в межах країни вдвічі (фейк, який можна перевірити на сайтах мобільних операторів).

8. Колишній президент Чехії Вацлав Клаус: Крим ніколи не був частиною України (не фейк; це фраза з його інтерв'ю, яку можна знайти в інтернеті).

9. Учні українських шкіл зобов'язали знищувати снігурів, тому що вони прилітають в Україну взимку з Росії (фейк, звичайна вигадка).

10. З наступного місяця доступ до мережі Фейсбук буде коштувати 3 долари/місяць (фейк, який можна перевірити на самому Фейсбуці, де написано, що сервіс повністю безплатний і так буде завжди).

11. В Києві вулицю Фрунзе перейменували на Кирилівську (не фейк, цю інформацію можна прочитати на сайті Київради).

12. Молдавські вина визнані найкращими у світі (не фейк, але маніпуляція, тому що лише на одному з конкурсів і одне вино)¹¹⁸.

Практикум 6. «Створення та спростування фейків» (15 хвилин).

Мета: сформувати навички розпізнавання фейкової інформації

Хід вправи:

Завдання виконується в робочих групах. Кожній групі пропонується створити новину-фейк на задану тему, використовуючи при цьому якнайбільше способів для створення фейків і викривлення інформації.

118. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. – К. : IREX, Академія Української преси та StopFake, 2016. – С. 85.

Проте в основі новини має бути правдива інформація, що прикрашена фейками. Потім групи презентують свої фейки: представник зачитує текст новини, що має супроводжуватися фото підтвердженням (фото можна намалювати).

► Тематичний блок 4. Професійні стандарти в медіа та відповідальність (60 хвилин)

Етичний кодекс журналіста та публічного службовця. Етика онлайн спілкування. Відповідальність за поширення інформації в Інтернет мережі.

Комунікативні вміння – це готовність до професійної комунікативної діяльності. До комунікативних вмінь належать: мовленнєве або вербальне спілкування, невербальне спілкування, орієнтування в ситуації, соціальна перцепція, створення творчого самопочуття, володіння професійно-педагогічною увагою. Комунікативні навички особистості це комплекс індивідуально-психологічних особливостей, що забезпечують здатність індивіда до активного й ефективного (оптимального) спілкування, передачі та адекватного сприймання інформації, організації взаємодії з іншими людьми, правильного розуміння як себе та своєї поведінки, так і розуміння партнерів та їх поведінки, що є необхідними умовами ефективною взаємодії між людьми та успішної життєдіяльності людини¹¹⁹.

Етикетно-комунікативні вміння – це способи комунікативно мовленнєвої діяльності, оснований на етичних та етично-комунікативних нормах.

Особливістю функціонування етикетно-комунікативних норм є їх рухливість, яка визначається ситуацією спілкування. Саме на рівні контекста комунікативної ситуації виявляється рівень мовленнєвої культури людини¹²⁰.

Питання етичних норм комунікативної поведінки, що розглядається у цьому тренінгу особливо актуальним є у сфері публічної служби та журналістської діяльності. Так, наприклад, Етичний кодекс українського журналіста (схвалений з'їздом підписантів Етичного кодексу у м. Києві, жовтень 2013 року) зазначає наступні правила здійснення комунікації:

119. Саннікова С. Б. Етичні та етично-комунікативні навички та вміння викладача ВНЗ [Електронний ресурс] / С.Б.Саннікова. - Режим доступу : <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/289.pdf>

120. Там само.

1. Свобода слова та висловлювань є невід'ємною складовою діяльності журналіста.

2. Служіння інтересам влади, а не суспільства, є порушенням етики журналіста.

3. Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини.

4. Висвітлення судових процесів має бути неупередженим щодо звинувачених. Журналіст не може називати людину злочинцем до відповідного рішення суду.

5. Журналіст не розкриває своїх джерел інформації окрім випадків, передбачених законодавством України.

6. Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста.

7. Інформаційні та аналітичні матеріали мають бути чітко відокремлені від реклами відповідною рубрикацією.

8. Редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу, тощо не повинні фальсифікувати зміст.

9. Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного.

10. Точки зору опонентів, в тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано. Так само мають бути подані оцінки незалежних експертів.

11. Не допускається таке вибіркове цитування соціологічних досліджень, яке призводить до викривлення змісту. Журналістські опитування громадян не повинні фабрикуватися з метою отримання наперед визначеного результату.

12. Журналіст зобов'язаний зробити все можливе для виправлення будь-якої поширеної інформації, якщо виявилось, що вона не відповідає дійсності.

13. Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації. Журналіст при зборі інформації діє в правову полі України і може вдатися до будь-яких законних, в тому числі судових, процедур проти осіб, які перешкоджають йому в зборі інформації.

14. Плагіат несумісний із званням журналіста.

15. Ніхто не може бути дискримінований через свою статтю, мову, расу, релігію, національне, регіональне чи соціальне походження або політичні уподобання. Вказувати на відповідні ознаки особи (групи людей) слід лише у випадках, коли ця інформація є неодмінною складовою матеріалу.

16. Журналіста не можна службовим порядком зобов'язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам.

17. Незаконне отримання журналістом матеріальної винагороди чи будь-яких пільг за виконаний чи невиконаний журналістський матеріал є несумісним із званням журналіста.

18. Журналіст має бути особливо обережним при висвітленні питань, пов'язаних із дітьми. Журналіст та редактор повинні мати обґрунтовані підстави для висвітлення приватного життя неповнолітньої особи (осіб) та дозвіл на це від її батьків чи опікунів. Неприпустимим є розкриття імен неповнолітніх (або вказування ознак, за якими їх можна розпізнати), які мали відношення до протизаконних дій, стали учасниками подій, пов'язаних із насильством¹²¹.

Поряд із журналістською діяльністю, питання етичної комунікації стосується і органів державної влади та місцевого самоврядування. Саме дотримання етичних засад комунікації дозволяє мінімізувати поширення фейкової інформації та мови ворожнечі в органах публічної влади.

Основні етичні вимоги, що пропонуються державним службовцям:

- дотримувати принципів державної служби;
- чесно служити і бути вірним державі;
- дотримувати вищих моральних принципів;
- ставити державні інтереси вище за індивідуальні цілі і завдання політичних партій, інших громадських організацій;
- постійно боротися з корупцією в органах державної влади;
- ніколи не приймати для себе і для членів своєї родини ніяких благ і переваг, використовуючи при цьому свої службові повноваження;
- не використовувати в корисливих цілях службове становище;
- не використовувати ніяку інформацію, отриману конфіденційно під час виконання своїх посадових обов'язків, як засіб одержання особистої вигоди;
- не допускати у діяльності елементів дискримінації у відносинах з товаришами по службі, громадянами;
- у спілкуванні з громадянами як під час виконання своїх повноважень, так і в позаслужбових відносинах дотримувати загальноприйнятих правил поведінки¹²².

121. Журналістська етика: Посібник для підготовки до державного іспиту [Текст] / Авт. кол. – За ред. В.П. Мостового та В.В. Різуна. – Київ, ТзОВ «ЗН УА», 2014. – С. 30-32.

122. Соболев М. П. Етика в системі прийняття та реалізації державно-

В сучасному інформаційному суспільстві спілкування все більше переходить у віртуальний простір, що надає певний рівень «свободи» суб'єктам комунікації у своїх поглядах та висловлюваннях, що може призвести до досить деструктивних наслідків. Отже, навіть онлайн комунікації мають бути певні правила, які дозволяють не порушувати свободу та гідність співрозмовників.

До етичних правил онлайн спілкування варто віднести наступне:

1. Пам'ятайте, що Ви розмовляєте з людиною. Не робіть іншим те, чого не хочете отримати від них самі. Поставте себе на місце людини, з якою розмовляєте. Відстоюйте свої погляди, але не ображайте тих, хто навколо Вас. Не забувайте про головний принцип мережевого етикету: повсюдно в мережі знаходяться реальні люди. Будьте терплячі й чемні. Не вживайте ненормативну лексику, не йдіть на конфлікт заради самого конфлікту;

2. Дотримуйтесь тих самих стандартів поведінки, що й у реальному житті. Люди інколи забувають про те, що «за екраном» знаходиться жива людина, і вважають, що в мережі правила поведінки не такі самі, як у звичайному житті. Не вірте тому, хто каже: «Вся етика спілкування тут полягає в тому, що Ви самі для себе встановите». Якщо Ви стикаєтесь з проблемою етичного характеру в кіберпросторі, – уявіть, що Ви в реальному житті;

3. Пам'ятайте, що Ви перебуваєте у віртуальному просторі. Якщо Ви вирішили втрутитися в якусь дискусію, то можете зашкодити іншим. Опинившись у новій ділянці віртуального простору, спочатку озирніться. Витратьте час на вивчення обстановки, «послухайте», як і про що говорять люди. Тільки після цього приєднуйтеся до розмови;

4. Поважайте час і можливості інших. Коли Ви відправляєте електронну пошту або повідомлення до конференції, то фактично претендуєте на чужий час. І тоді Ви відповідаєте за те, щоб адресат не витратив цей час даремно. Слід також пам'ятати про пропускну спроможність каналу, через який відбувається зв'язок. Раніше, ніж Ви відправите людині свій лист, поміркуйте, чи він справді потрібен їй. Якщо ж Ви вагаєтесь, поміркуйте двічі, перш ніж відправити повідомлення¹²³;

управлінських рішень / М. П. Соболев // Економіка та держава. - 2010. - № 10. - С.168.

123. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: Навч. посіб. – К.: Знання, 2005. – Режим доступу: https://pidru4niki.com/16520205/menedzhment/virtualne_spilkuvannya

5. Зберігайте особистість. У мережі (наприклад, у конференціях) Ви можете зустрітися з тими, кого ніколи б не зустріли в реальному житті, і ніхто не засудить Вас за колір шкіри, очі, волосся, за вашу вагу, вік або манеру одягатися. Однак Вас будуть оцінювати з точки зору того, як Ви пишете. Таким чином, правила граматики відіграють важливу роль. Крім того, переконайтесь, що Ваші послання зрозумілі й логічно витримані;

6. Допомагайте іншим там, де Ви це можете зробити. Задавайте запитання, спілкуючись у віртуальному просторі. Чому це ефективно? Тому що Ваші запитання читатимуть багато людей, які, може, знають на них відповідь. І навіть якщо кваліфіковано дадуть відповідь тільки декілька чоловік, загальний обсяг знань у мережі збільшиться. Обмін досвідом в Інтернеті – захоплююче заняття;

7. Не втручайтеся в конфлікти й не припускайте їх. Мережевий етикет проти злісних послань, якими іноді обмінюються окремі учасник дискусії;

8. Навчіться вибачати іншим їхні помилки. Коли хтось припускається помилки – будь це помилка в слові, безглузде запитання або невиправдано довга відповідь, – будьте до нього поблажливі. Якщо у Вас гарні манери, це ще не означає, що Ви маєте право нав'язувати їх усім іншим. Якщо ж Ви вирішили звернути увагу користувача на припущену помилку, зробіть це коректно й краще в приватному листі¹²⁴.

Відповідальність за поширення інформації в Інтернет мережі

Цивільний Кодекс України, зокрема частина друга статті 302 зазначає, правила щодо поведження з інформацією:

«Фізична особа, яка поширює інформацію, зобов'язана переконатися в її достовірності.

Фізична особа, яка поширює інформацію, отриману з офіційних джерел (інформація органів державної влади, органів місцевого самоврядування, звіти, стенограми тощо), не зобов'язана перевіряти її достовірність та не несе відповідальності в разі її спростування.

Фізична особа, яка поширює інформацію, отриману з офіційних джерел, зобов'язана робити посилання на таке джерело»¹²⁵.

124. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: Навч. посіб. – К.: Знання, 2005. – Режим доступу: https://pidru4niki.com/16520205/menedzhment/virtualne_spilkuvannya

125. Цивільний Кодекс України: від 16.01.2003 № 435-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. - №№ 40-44, ст.356. – Режим доступу:

Питання звільнення від відповідальності за поширення інформації є особливо актуальним у журналістській сфері, оскільки в перегонах за новинами і читачами, журналісти нехтують етичними правилами і посилаються на статтю 42 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»:

Стаття 42. Звільнення від відповідальності

Редакція, журналіст не несуть відповідальності за публікацію відомостей, які не відповідають дійсності, принижують честь і гідність громадян і організацій, порушують права і законні інтереси громадян або являють собою зловживання свободою діяльності друкованих засобів масової інформації і правами журналіста, якщо:

1) ці відомості одержано від інформаційних агентств або від засновника (співзасновників);

2) вони містяться у відповіді на запит на інформацію, поданий відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації»;

3) вони є дослівним відтворенням публічних виступів або повідомлень суб'єктів владних повноважень, фізичних та юридичних осіб;

4) вони є дослівним відтворенням матеріалів, опублікованих іншим друкованим засобом масової інформації з посиланням на нього;

5) в них розголошується таємниця, яка спеціально охороняється законом, проте ці відомості не було отримано журналістом незаконним шляхом;

б) законом передбачено звільнення або непритягнення до відповідальності за такі дії»¹²⁶.

Проте, зазначена вище стаття Закону не стосується Інтернет-видань, а лише друкованих ЗМІ, тобто таких, що були випущені на папері типографським способом. Інтернет видання розміщуючи на своїх офіційних сторінках відповідну інформацію, повністю несуть за неї відповідальність і у разі порушень можуть бути притягнені до цивільно-правової відповідальності.

Варто також зазначити, що часто інформація, що розміщена в соціальних мережах на особистих сторінках публічних службовців, сприймається громадянами як офіційне джерело. Але насправді це не так. Проте, навіть якщо офіційні сторінки соціальних мереж публічних службовців не є офіційним джерелом інформації, публічні службовці мають користуватися етичними нормами розміщення інформації, щоб уникати поширення фейків.

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/435-15#Text>

126. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 № 2782-XII // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1993, № 1, ст. 1. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text>

При публікуванні та поширенні інформації кожен громадянин повинен розуміти, що його повідомлення не повинне порушувати права та гідність інших, адже, відповідно до частини четвертої статті 32 Конституції України, «кожному гарантується судовий захист права спростовувати недостовірну інформацію про себе і членів своєї сім'ї та права вимагати вилучення будь-якої інформації, а також право на відшкодування матеріальної і моральної шкоди, завданої збиранням, зберіганням, використанням та поширенням такої недостовірної інформації»¹²⁷.

Отже, в сучасних інформаційних потоках молодь має розуміти, що будь-яке поширення інформації має перевірятися та відповідати етичним стандартам. Приниження людської гідності в комунікаційному процесі несе за собою цивільно-правову відповідальність. Це особливо стосується інтернет-простору, де люди часом відчуваючи «абсолютну свободу» в поширенні інформації, гадають, що можуть порушувати свободу інших людей, керуючись правилом «моя сторінка, що хочу, те і пишу». Але коли такі дописи порушують конституційні права людини і громадянина, автор повинен бути притягнений до відповідальності.

Висновки.

Отже, в сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства може виникнути низка загроз щодо сприймання інформації, маніпулювання, пропаганди, поширення фейків та мови ненависті, а також і це найголовніше – сприймання громадянами такої діяльності як безнаказової. Найбільш вразливою до такого виду інформаційних девіацій є молодь, яка швидко піддається новим трендам, є досить мобільною, здатна вступати в конфлікти, або навпаки – при життєво необхідному мобілізуванні за певних умов бути абсолютно інертною. Саме тому тренінги з критичного мислення можуть допомогти молодим людям отримати навички критичного мислення.

Підведення підсумків тренінгу (30 хвилин):

- тезове проголошення основних положень тренінгу та короткий огляд набутих вмінь та навичок;
- обговорення того, чи справдилися очікування учасників щодо тренінгу;
- які вправи/завдання/матеріали були найбільш цікавими/корисними?

127. Конституція України: Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

- що сподобалося найменше?
- які знання/навички ви тепер будете використовувати?
- чи будете ви розповідати друзям та знайомим про здобуті знання?
- вручення сертифікатів.

Список використаної літератури

1. Богданова І. «Мова ворожнечі» в текстах україномовного медіапростору / Ірина Богданова, Олена Лептуга // Український світ у наукових парадигмах: Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. — Харків : ХІФТ, 2020. — Вип. 7. — С. 6-11.
2. Бути медіаграмотним: 10 необхідних компетентностей [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhdnih_kompetentnostey/
3. Вправи для тренінгів: розминки-криголами [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://simshecon.com/wp-content/uploads/2020/07/1e4d82e5c50b5b93206d88954808741c.pdf>
4. Гордієнко Т. Тиждень медіаграмотності: сім найцікавіших публікацій від MediaSapiens. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/19973/2017-11-07-tyzhden-mediagramotnosti-sim-nauytsikavishykh-publikatsiy-vid-mediasapiens/>
5. Громадянська освіта» (інтегрований курс, рівень стандарту) [Електронний ресурс] / П.В. Вербицька, О.В. Волошенюк, Г.О. Горленко та ін. — Київ: Літера ЛТД, 2018. — Режим доступу: <http://kropivnitsky.maup.com.ua/assets/files/10-klas-gromadjanska-osvita-verbicka-2018.pdf>
6. Дачковська М. Сергій Жадан: Мова ненависті — це мова слабаків [Електронний ресурс] / М. Дачковська // MediaSapiens. — Режим доступу: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/19023/2017-06-02-sergiy-zhadan-mova-nenavysti-tse-mova-slabakiv/>
7. Дискримінація [Електронний ресурс] // Юридична енциклопедія : [у 6 т.] / ред. кол. Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.]. — К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 1998. — Т. 2 : Д — Й. — 744 с.- Режим доступу: <https://cyclor.com.ua/content/view/1051/58/1/8/#13702>
8. Журналістська етика: Посібник для підготовки до державного іспиту [Текст] / Авт. кол. — За ред. В.П. Мостового та В.В. Різуна. — Київ, ТзОВ «ЗН УА», 2014. — 224 с.
9. Конституція України: Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141. — Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
10. Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства: посібник для вчителя / Т. Бакка, О. Бурім, О. Волошенюк, Р. Євтушенко,

Т. Мелешенко, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. – К. : ЦВП, АУП, 2016. – 243 с.

11. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. – К. : IREX, Академія Української преси та StopFake, 2016. – 200 с.

12. Не потони в інформаційному дощі: посібник для тренерів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nmcps.sumy.sch.in.ua/Files/downloadcenter/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%9D%D0%B5%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BD%D0%B8%20%D0%B2%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D0%B4%D0%BE%D1%89%D1%96.pdf

13. Пендюра М. М., Старицька О. О. Поліцейська деонтологія : навч. посіб. / М. М. Пендюра, О. О. Старицька. – К. : ФОП Маслаков, 2020. – 276 с.

14. Печончик Т. Чому мова ворожнечі з'являється у ЗМІ [Електронний ресурс] / Т. Печончик // Комісія з журналістської етики. – Режим доступу: <https://www.cje.org.ua/ua/blog/chomu-mova-vorozhnechi-zyavlyayetsya-u-zmi>

15. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 № 2782-ХІІ // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1993, № 1, ст. 1. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text>

16. Рекомендация N R (97) 20 Комитета министров Совета Европы государствам-участникам по вопросам «разжигания ненависти» (Принята Комитетом Министров 30 октября 1997 года на 607-м заседании заместителей министров). – Режим доступа: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_093#Text

17. Саннікова С. Б. Етичні та етично-комунікативні навички та вміння викладача ВНЗ [Електронний ресурс] / С.Б.Саннікова. - Режим доступу : <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/289.pdf>

18. Соболь М. П. Етика в системі прийняття та реалізації державно-управлінських рішень / М. П. Соболь // Економіка та держава. - 2010. - № 10. - С.167-169.

19. Цивільний Кодекс України: від 16.01.2003 № 435-ІV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. - №№ 40-44, ст.356. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/435-15#Text>

20. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: Навч. посіб. [Електронний ресурс]. — К.: Знання, 2005. — Режим доступу: https://pidru4niki.com/16520205/menedzhment/virtualne_spilkuvannya

ФОРМУВАННЯ УСВІДОМЛЕНОГО СТАВЛЕННЯ ДО СЕБЕ ЯК БАЗОВОГО ЕЛЕМЕНТУ АКТИВНОЇ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ МОЛОДІ

Мета тренінгу: підвищення рівня усвідомленого ставлення учасників до себе та формування уявлень про особливості формування Я-концепції індивіда, усвідомлення власних патернів поведінки у соціальних групах та вплив на них усвідомленого ставлення до себе.

Орієнтовний час проведення тренінгу – 4 години.

Основні етапи тренінгу

Обговорення правил групи (5-10 хвилин). Для того, що учасникам було комфортно працювати протягом тренінгу, варто запропонувати їм прийняти правила, яких вони будуть дотримуватися. Учасники самі пропонують правила, за необхідності тренер допомагає. Серед імовірних правил можуть бути: правило піднятої руки/ноги; поваги до думки іншого; правило виключеного телефону; говорити тільки про себе тощо.

Правила записують на дошці або на ватмані, щоб учасники могли їх бачити протягом заняття.

1. Знайомство з учасниками.

✓ Вправа «Президентські перегони» (25-30 хвилин).

Мета вправи: познайомити учасників між собою та створити сприятливу атмосферу для подальшої роботи.

Учасникам тренінгу пропонують довільно розділитися на пари (бажано, щоб люди у парі не спілкувалися між собою дуже близько). Пари спілкуються між собою протягом 10 хвилин (по 5 хвилин на людину) та розповідають один одному, чим вони цікавляться, які у них сильні та слабкі сторони, що вважають найбільш важливим у житті, на що звернули б увагу, якби стали президентом.

По завершенні обговорення кожен учасник виходить і презентує перед групою свою пару так, нібито він балотується у президенти. На презентацію учасника є всього 60 секунд.

2. Теоретичний блок «Особливості формування Я-концепції індивіда» (10 хвилин)

«Я-концепція» - це уявлення про саму особу, яке містить різні знання, включаючи переконання про наші риси особистості, фізичні

характеристики, здібності, цінності, цілі та ролі, а також знання про те, що ми існуємо як особистість¹²⁸.

Самооцінка – це одне з ключових понять «Я-концепції». Дослідники погоджуються, що самооцінка це суб'єктивна оцінка індивідом своєї цінності як особистості, своїх можливостей та якостей, свого становища серед інших людей. Важливо підкреслити, що це саме суб'єктивна оцінка, адже людина зазвичай не може сама об'єктивно оцінити свої здобутки, таланти, здібності або оціночне щодо неї ставлення інших людей¹²⁹.

Самооцінка складається з двох різних компонентів: компетентності та цінності. Компетентність – це власна оцінка особистістю своїх здібностей та своєї ефективності. Цінність – це те, наскільки людина відчуває себе цінною. Формування самооцінки передбачає тривалий процес. Він співвідноситься з формуванням образу себе (Я-концепції). Під час критичних перехідних періодів (наприклад, зміна сімейного стану, вихід на пенсію тощо) вона може змінюватися, проте зазвичай не докорінно. Нові дослідження щодо самооцінки вказують на те, що самооцінка впродовж життя має певну траєкторію розвитку. Вона має тенденцію до зростання з підліткового віку до зрілого віку, досягає піку приблизно у віці від 50 до 60 років, а потім прискореними темпами знижується протягом старості. Варто пам'ятати, що висока самооцінка є провісником, а не наслідком життєвого успіху, тобто у людей з високою самооцінкою можна умовно передбачити успіх і добробут у таких сферах життя, як стосунки, робота та здоров'я. Деякі дослідження пов'язують низьку самооцінку з самотністю, депресією та тривогою^{130 131}.

128. Jhangiani, R. and H. Tarry. Principles of Social Psychology – 1st International Edition. Victoria, B.C.: BCcampus, 2014. Режим доступу: <https://opentextbc.ca/socialpsychology>

129. Orth, U., & Robins, R. W. The development of self-esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 2014. – Vol. 23, 381-387. Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1177/0963721414547414> Режим доступу: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0963721414547414>

130. Orth, U., & Robins, R. W. The development of self-esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 2014. – Vol. 23, 381-387. Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1177/0963721414547414> Режим доступу: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0963721414547414>

131. Blascovich, J., & Tomaka, J. Measures of self-esteem, 1991. –Режим доступу: <https://www.semanticscholar.org/paper/Measures-of-self-esteem.-Blascovich-Tomaka/5a5d2e25912f983fdb454a3e1ff9d0978d2cbae0>

Коли людина народжується, вона не знає, яка вона і що собою представляє. Її уявлення про себе формується під впливом людей, які її оточують і які повідомляють їй про те, яка вона: красива чи страшненька; розумна чи дурна; майстер на всі руки чи з руками не з того місця.

Чули колись вислів: «Якщо собаці 100 разів сказати, що вона свиня, на 101 раз собака почне хрюкати»? Так і з дитиною: якщо у дитинстві вона постійно чує від свого оточення, що з нею щось не так, що вона якась не така, вона засвоює саме таке уявлення про себе і відчуває себе саме такою протягом всього свого життя.

Але чи завжди об'єктивною та інформація, яку їй повідомляють? І як часто, наприклад, хвалять один одного члени вашої родини? А як часто говорять зауваження?

У педагогіці є золоте правило формування позитивної самооцінки дитини: один раз покритикував, чотири рази маєш похвалити. Як часто це правило виконується у вашому житті? Нажаль, не часто. Тому так часто ми маємо занижену самооцінку та не віримо у свої сили.

Але, коли людина дорослішає, вона може самостійно впливати на свою самооцінку та формувати її більш об'єктивною. Тобто, у дорослому житті ви можете переглянути усі повідомлення, які вам «надіслали» дорослі та оцінити на скільки вони доречні. Бо у дорослому віці самооцінка має базуватися вже не на повідомленнях зі сторони, а на особистому сприйнятті себе. Бо самооцінка тому і називається САМОоцінка, а не МАМАоцінка, ПЄТЯоцінка тощо.

А для того, щоб переглянути адекватність своєї самооцінки та сприйняття себе, варто розвивати навички рефлексії (самопізнання), уміти відслідковувати причини власної поведінки та шукати способи змінити ті, які не є достатньо ефективними.

✓ Тож давайте на цьому занятті спробуємо трохи ближче познайомитися із самим собою.

3. Вправа «Який Я насправді?» (45-50хвилин)

Мета вправи: проаналізувати особливості сприйняття себе індивідом та сприйняття його іншими людьми; познайомитись із собою «реальним» та визначити різницю між «Я-очами інших людей, Я-своїми очами та Я–реальним».

Необхідні матеріали: папір А4 (по 3 аркуші на кожного учасника), кулькові ручки

Інструкція: вправа проводиться у декілька етапів.

А. «Напишіть, будь ласка, 5-10 пунктів, які б розповіли який ви».

Б. «Візьміть аркуш паперу формату А4 та підпишіть знизу своє ім'я та прізвище. Цей аркуш ви передаватимете по колу і кожен учасник буде писати на ньому одне речення про те, який ви, на його думку. Після цього учасник загортає край паперу (щоб наступним учасникам не було видно написаного) та передає аркуш далі по колу».

Таким чином аркуші передаються по колу усіма учасниками та у кінці завдання у кожного учасника буде перелік його характеристик іншими учасниками групи.

В. Обговорення попередніх етапів роботи: «Подивіться уважно на обидва списки: ваш особистий та список, який написали вам інші учасники. Чи сильно вони відрізняються один від одного? Чому? Чи є те, що вас вразило у списках інших учасників?».

Г. «Порівняйте обидва списки і спробуйте поєднати їх в один єдиний образ, бо Я-реальне, це і є наше уявлення про себе та уявлення про нас іншими людьми».

Д. Обговорення. Учасникам пропонують презентувати образ Я-реальне та обговорити його за такими питаннями:

- чи здивував вас образ Я-реального? Чому?
- чи є щось, що вам подобається у цьому образі?
- чи є щось, що вам не подобається? Чому?
- що б ви могли зробити, щоб змінити те, що вам не подобається?

Коли ви це зробите?

**Перед наступним блоком доцільно зробити перерву на каву-брейк (15 хвилин).*

4. Арт-терапевтична методика «Я в соціумі»¹³².

Мета: арт-терапевтична методика «Я в соціумі» спрямована на виявлення та усвідомлення сформованих у особистості патернів поведінки у соціальних групах з метою подальшої корекції малоефективних або неефективних способів взаємодії.

Серед основних **завдань** методики можна виділити наступні: виявити та усвідомити сформовані патерни поведінки особистості у соціальних групах; побачити місце, яке особистість дозволяє собі займати у соціальних групах та визначити на скільки така ситуація її задовольняє; простежити чинники, які заважають особистості ефективно реалізовувати себе у соціальному оточенні; дати

132. Полтораєк Л. Ю. «Я в соціумі»: методичні вказівки щодо використання арт-терапевтичної методики. / Л. Ю. Полтораєк – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2020. – 32 с.

можливість «приміряти» на себе різні способи поведінки у групі; виділити ті способи поведінки, які прийнятні для особистості та спрямовані на підвищення ефективності її поведінки у спілкуванні з іншими людьми; усвідомити ефективність сформованих патернів поведінки; проаналізувати наскільки близько особистість готова впускати інших до себе; з'ясувати ставлення та психологічний стан особистості при порушенні її особистих кордонів; визначити комфортні межі взаємодії з іншими людьми; проаналізувати способи взаємодії у соціальній групі; дослідити здатність відстоювати свої позиції та кордони у групі; отримати зворотній зв'язок від інших учасників заняття з метою розвінчати стереотипи щодо власної поведінки: «мене осудять», «мене не приймуть», «про мене погано подумують»; здобути позитивний досвід соціальної взаємодії на прикладі інших учасників групи; провести корекцію неефективних патернів поведінки.

Арт-терапевтична методика «Я в соціумі» виконує цілий ряд важливих для процесу роботи функцій: діагностичну (надає можливість оцінити ситуацію і визначити відповідну точку), розвивальну (створює умови для ефективного саморозвитку особистості через прийняття та пізнання себе), комунікативну (надає можливість розвивати вербальні та невербальні навички комунікації), інформаційну (надання інформації щодо способів соціальної взаємодії, їх наслідків, чинників, що впливають на соціальну поведінку, а також отримання зворотнього зв'язку від інших учасників групи), соціалізуюча (допомагає особистості більш ефективно реалізовувати себе у соціальних групах), корекційну (отримання нового досвіду діяти у групі або колективі та можливість перенесення цього досвіду у реальне життя).

Оскільки арт-терапевтична методика «Я в соціумі» передбачає вивчення поведінки особистості в умовах соціальної взаємодії, важливою умовою для ефективної роботи є наявність групи. Як було зазначено у попередньому розділі, оптимальна кількість осіб для проведення арт-терапевтичного заняття за даною методикою – 5-15 (20) осіб.

Для проведення арт-терапевтичної методики «Я в соціумі» **необхідні такі матеріали:**

– гуаш або акварель (кількість кольорів дорівнює кількості учасників групи, в окремих випадках кольори можуть повторюватись, але не частіше двох разів; у кожного учасника індивідуальна пляшечка або чарунка із фарбою);

- пензлі для малювання різного розміру: тонкі, середньої товщини, товсті;
- ватман стандартного розміру білого кольору для малювання;
- ватман або дошка для записування правил роботи групи;
- тара під воду (орієнтовно один стакан на 2-3 особи);
- папір для записів для учасників групи та для арт-терапевта;
- кулькові ручки по кількості учасників групи;
- стіл для малювання (не менший ніж розмір ватману);
- стіл для матеріалів, якщо стіл для малювання не дозволяє розташувати на ньому усі необхідні матеріали поруч із ватманом;
- стільці (по кількості учасників групи).

У зоні для малювання слід розташувати стіл для ватману. Він має бути розташований таким чином, щоб учасники групи могли його обступити навколо. На столі розміщується ватман та усі необхідні матеріали: фарби, пензлі, вода. При необхідності можна використовувати допоміжний стіл для обладнання. Слід звернути увагу, що стіл для ватману не повинен бути занадто великий. Методика не передбачає розташувати усіх учасників навколо одночасно. Краще, якщо не всі учасники зможуть розміститися навколо одразу, а змушені будуть зачекати, що створить умови для виявлення більшої кількості сформованих патернів поведінки.

Інструкція до проведення роботи. Для коректної роботи за методикою «Я в соціумі» необхідно чітко дотримуватися інструкції, так як від цього залежить подальша робота групи.

На самому початку арт-терапевт пояснює групі, у чому буде полягати їхня спільна робота, що вони можуть і чого не можуть робити. Актуальним на початку роботи є написання на стенді або дошці правил роботи групи. Для цього арт-терапевту слід запропонувати групі розробити власні правила ефективної та комфортної роботи. Можна запропонувати групі написати кожному певне правило і приклеїти їх на дошку або ватман, який розташований таким чином, щоб в процесі роботи усі учасники групи могли бачити правила. Автор наголошує саме на такому підході, оскільки самостійно розроблені правила краще сприймаються та виконуються групою ніж ті, які запропонує арт-терапевт. Якщо ви працюєте з групою, яка до цього не мала досвіду групової та тренінгової роботи, можна надати певну допомогу: пропонувати правило, роз'яснюючи його суть та запитувати групу, чи є в ньому необхідність.

Як правило, слід наголосити учасникам, що робота не припускає спеціальних художніх здібностей чи навичок і не ставить своєю метою створення «високомистецьких творів», наголошується на вільному самовираженні клієнта. Пояснюється, що «вільне самовираження» буде необхідно для того, щоб побачити реальний стан речей.

Перед початком роботи група отримує завдання, яке доцільно сформулювати наступним чином: «Сьогодні ми з вами трохи помалюємо. Завдання буде озвучено лише один раз. Ніяких запитань та уточнень. Ви бачите на столі ватман, фарби, пензлі. Коли я дам сигнал, кожен може підійти та обрати собі один колір, яким він буде малювати. Для кожного учасника – один колір. Ви можете малювати все, що вам захочеться до того моменту, поки я вас не зупиню або поки ви самі не вирішите, що намалювали усе, що хотіли. Важлива умова роботи – повна тиша. Тому в процесі роботи заборонено спілкуватися з іншими учасниками групи. Можете починати».

Як правило після почутої інструкції учасники можуть спробувати щось уточнити. У процесі подальшого обговорення слід звернути увагу на цей момент, так як він часто вказує на тривожність і звичку діяти за вказівкою, страх зробити «не так» та бути засудженим.

Після того, як учасники отримали завдання, тренер уважно слідкує за роботою групи та при необхідності робить необхідні записи: хто першим розпочав малювати, як відбувалася взаємодія у групі, які образи з'являються на папері, де вони розташовані тощо.

Якщо наявна група учасників, які дуже довгий час стоять осторонь, не проявляють ініціативу та чекають поки всі намалюють те, що вони хочуть, арт-терапевт може вдатися до провокації та зупинити час фразою: «Час вийшов, роботу завершено. Прошу всіх зайняти свої місця». Таким чином, пасивні учасники не залишать жодного зображення на спільному ватмані. Під час обговорення це дозволить арт-терапевту підняти питання доцільності та ефективності такої поведінки учасників групи.

? *Питання для обговорення.* Арт-терапевтична методика «Я у соціумі» проходить як весела гра та часто до моменту обговорення сприймається несерйозно, що допомагає обійти захисні механізми психіки. Етап обговорення є надзвичайно важливим, адже саме він дає можливість усвідомити особистості власну поведінку та визначити на скільки вона є ефективною та прийнятною. У процесі обговорення учасники отримують перелік питань на які мають дати відповідь.

Варіанти запитань для обговорення можуть бути наступними:

- чому Ви обрали саме цей колір?
- яким чином цей колір у вас опинився: ви свідомо хотіли взяти саме його або взяли, бо не було іншого (все розібрали до вас), вам його хтось запропонував тощо? А яким чином ви дієте у житті: берете те, що хочете чи те, що дісталось?
- що заважало, якщо таке мало місце, взяти той колір, який хотілося?
- чим актуальний для вас образ, який Ви намалювали? Про що він для вас?
- якщо арт-терапевт вдавався до провокації і зупинив час, коли група людей не дочекалася можливості щось намалювати, варто запитати в учасників, які не встигли нічого намалювати: «Чому ви не стигли нічого намалювати?», «Що з цього приводу відчуваєте?», «Як часто у реальному житті втрачаєте можливості через таке очікування?»

**У даному контексті часто піднімаються питання виховання та тих його елементів, які заважають особистості бути ефективною. Тому, бажано обговорити на скільки доцільним є дотримання певних виховних постулатів і де межа, за яку можна виходити, щоб не нашкодити іншим.*

- чи орієнтувалися ви на образи, які були в інших або ж малювали власний, незалежно від малюнків учасників групи?
- хто першим розпочав малювати? Які події до цього призвели?
- якщо ви хотіли розпочати першим, але не зробили цього, чому?
- де розташований ваш малюнок? Скільки місця він займає на загальному аркуші? А скільки місця ви дозволяєте собі зайняти у групі (сім'ї, колективі тощо)?
- як ви вважаєте, у якого малюнка або малюнків більш вигідне положення? Чому? Чи хотіли б ви бути на його місці? Чому? Якщо так, що для цього можна було б зробити?
- чи є на малюнку взаємодія символів між учасниками процесу?
- чи взаємодіяли ви з іншими учасниками групи? На скільки активно? Чому?
- чи домальовували ви чиясь роботу? Чи запитували ви дозвіл на це?
- чи було Вам комфортно, коли Вашу роботу домальовували? Чому?

– якщо вам було некомфортно взаємодіяти з іншими учасниками, чи змогли ви показати, що не хочете, щоб вашу роботу домальовували? Яким чином ви змогли відстояти власні кордони?

– ви чітко слідували правилам, які були озвучені? Чому?

– чи схожа ваша поведінка під час виконання завдання на вашу поведінку у соціумі/колективі?

– що ви хотіли б змінити у власній поведінці, щоб зробити взаємодію з іншими людьми більш ефективною? Що для цього потрібно зробити?

– чи задоволені ви результатом спільної роботи?

– чи була ваша робота схожа на командну? Чим саме?

– чи схожі ваші стилі взаємодії у групі на взаємодію під час малювання?

– що можна було зробити, щоб робота була більш злагодженою та ефективною?

– які позитивні зрушення були б у вашій групі, якби ви навчилися діяти злагоджено?

В залежності від напрямку, формату роботи, від обсягу відведеного часу, можуть бути використані одразу всі або лише деякі запитання. При обмеженості часу бажано обрати меншу кількість запитань, але відвести достатньо часу для їх обговорення. Варто пам'ятати, що кожна група індивідуальна і розрахувати точну кількість питань для обговорення достатньо складно. Якщо дана методика використовується як частина іншого тренінгу, або ж кількість часу вкрай обмежена, а учасників більше рекомендованої кількості, можна роздати учасникам папір та попросити їх прописати запитання та відповіді на них. Таким чином усі отримають можливість провести особистісну рефлексію.

Особливості діагностики арт-терапевтичної методики «Я в соціумі». Творча продукція має значний діагностичний потенціал і дозволяє розкрити глибинні переживання особистості, неусвідомлені установки та індивідуальні особливості людини. Проте арт-терапевтична інтерпретація елементів малюнку не є самоціллю. Важливе значення має не лише зображення, але і його колір, особливості взаємодії символів, емоційний стан особистості тощо. Тому надзвичайно важливе значення має спостереження за процесом роботи в групі.

Арт-терапевтична методика «Я в соціумі» має певні особливості діагностики, на які слід звернути особливу увагу. Перше, на чому

варто наголосити – поведінка учасників заняття. Арт-терапевту варто пильно слідкувати за творчим процесом і при необхідності робити відповідні записи або примітки. Це є важливим ще й тому, що в процесі обговорення часто виявляється, що учасники заняття не звертали увагу на те, що саме і яким чином відбувалося. Також можуть виникнути ситуації, важливі для подальшого обговорення, яких не було у переліку запропонованих питань. Слід взяти до уваги наступні аспекти:

Яким чином учасники обирали собі колір:

– чи були між ними суперечки?

– якщо були суперечки, яким чином учасники дійшли або не дійшли згоди?

– чи самостійно учасники робили вибір кольору?

– що робили ті учасники групи, яким не дістався улюблений колір?

Хто і за яких обставин розпочав роботу:

– хто першим розпочав малювати на ватмані?

– чому саме ця людина розпочала малювати першою: сама розпочала, запропонували інші тощо?

– яка реакція спостерігалася у інших учасників групи?

Як взаємодіяли учасники між собою?

– чи була присутня вербальна комунікація?

– чи порушувалося правило дотримання повної тиші?

– чи був присутній фізичний контакт, наприклад, з метою відстояти власні кордони на малюнку тощо.

Які емоційні реакції переважали в учасників заняття?

– які події найчастіше викликали радість та задоволення?

– які події найчастіше викликали сум, злість, роздратованість тощо?

Особлива роль у даній методиці відводиться творчому продукту та процесу його створення.

Важливим елементом, на який слід звернути увагу – **кольори**, які обирають учасники групи. При роботі із кольором, пропонуємо брати за основу класичну інтерпретацію. Розглянемо значення п'яти основних кольорів: червоного, жовтого, зеленого, білого та синього.

Червоний колір – колір активності, здатності діяти, активізує усі функції організму. Цей колір є основою життя, репродуктивних функцій та функцій кровотворення, здатності проявити агресію та захистити себе, відстояти свої погляди, здатності до сексуальної поведінки, оргазмування, зачаття та народження дітей.

Жовтий є кольором тонізуючим, надає бадьорість, зігріває, впливає на збільшення м'язової активності, стимулює діяльність центральної нервової системи. Жовтий колір вказує на бажання бути у центрі уваги, займати лідерські позиції, керувати людьми, здатність до концентрації уваги та прояву сили волі. Він також пов'язаний з інтелектом та пам'яттю.

Зелений колір має заспокійливу дію, знижує кров'яний тиск, знімає напругу. Цей колір характеризує серцево-судинну систему, потребу у коханні, прагнення до гармонії, краси та вищих цінностей, здібності до творчості, здатність проявляти кохання, милосердя, піклуватися про інших.

Синій – седативний колір, уповільнює серцеву активність, може сприяти виникненню депресії. Цей колір пов'язаний із вищими психічними функціями, з творчим мисленням, здатністю продукувати ідеї, планувати, здатністю керувати собою і впливати на оточення – надихати, пояснювати, ініціювати до розвитку та пошуку.

Білий колір пов'язаний із мовними здібностями, голосом, умінням спілкуватися з іншими та встановлювати соціальні зв'язки, здатністю обробляти та передавати іншим великі обсяги інформації. Білий колір уособлює собою стихію води, процеси очищення, оновлення та руху.

Як і в кожній арт-терапевтичній методиці, орієнтація на загальне тлумачення кольорів має бути гнучкою та окрім стандартної інтерпретації має враховувати індивідуальне сприйняття клієнтом кожного кольору, який він використовує у роботі. Для цього доцільно запитати клієнтів що для них означає обраний колір, з чим асоціюється. При виникненні труднощів, можна попросити клієнта не замислюючись дати три-чотири асоціації із даним кольором.

Оскільки за даною методикою ватман на якому проводиться робота є символічним відображенням соціальної спільноти, для визначення ефективності сформованих патернів поведінки, необхідно провести **просторову оцінку** розташування малюнків учасників групи:

– де саме розташоване зображення: у центрі, знизу, з краю аркуша, у різних частинах аркушу? При оцінюванні даного пункту ми не беремо до уваги класичний розподіл на зони (майбутнє, теперішнє, минуле, зона страхів, зона мрій тощо), оскільки усі учасники стоять по колу і у роботі, як правило, відсутній верх або низ. За даною методикою важливо оцінити на скільки вигідним є положення малюнку по відношенню до інших. Тобто, цілком справедливо, що малюнок, розта-

шований у самому центрі займає більш вигідне положення, ніж малюнок, розташований з краю.

– скільки місця на загальному аркуші займає зображення? За даним критерієм варто оцінити як багато місця займає робота на ватмані у відсотковому співвідношенні.

– як розташоване зображення по відношенню до інших: окремо, є взаємодія, повністю відгороджено, поряд з малюнками інших учасників (проводимо паралель із життям).

Оскільки особливістю діагностики в арт-терапії є відсутність накладання штампів на роботу клієнта, значне місце відводиться мовній комунікації, можливістю отримати зворотній зв'язок від клієнта та групи. Важливим моментом у проведенні діагностики також є спостереження за процесом роботи клієнта, його емоціями у процесі роботи, рухами, виразом обличчя (посмішка, напруження м'язів, спазм м'язів обличчя тощо).

У роботі ми також звертаємо увагу на формальні елементи малюнку, як при оцінюванні проєктивних методик (лінії (прямі, хвилясті, кутові), штрихи, їх інтенсивність, сила натиску, товщина ліній, стильові особливості зображення, частота зображення певних елементів в роботі). Варто звертати увагу і на динамічність образів в арт-терапії. Так, один і той самий символ може одночасно уособлювати декілька образів. Наприклад, образ дерева може ототожнюватися одночасно із образом матері, образом батька та образом самого автора (внутрішнього батька).

Таким чином, арт-терапевтична діяльність супроводжується зворотнім вербальним зв'язком, заснованим на рефлексії клієнта, що спонукає його до самостійного усвідомлення змісту внутрішнього світу.

Підведення підсумків та зворотній зв'язок.

Учасникам пропонують згадати все, що було на тренінгу та визначити, що було для них найцікавішим, що їх здивувало і чим би вони хотіли поділитися із своїми друзями. Відповіді записуються у робочий блокнот та потім озвучуються.

Стислий виклад основних етапів тренінгу

Часові межі	Етапи роботи та вправи	Необхідні матеріали
5-10 хвилин	Обговорення правил	Фліпчарт/дошка; маркери або крейда
25-30 хвилин	Знайомство та роботи групи	Блокнот та кулькова ручка на кожного учасника
10 хвилин	Теоретичний блок	
45-50 хвилин	Вправа «Який я насправді?»	Аркуші А4, кулькові ручки по кількості учасників
15 хвилин	Кава-брейк	
1 год 20 хвилин	Арт-терапевтична методика «Я в соціумі»	Ватман, гуашеві фарби: кількість кольорів по кількості учасників; пензлі, підстанки для води
20 хвилин	Зворотній зв'язок та підведення підсумків	Блокнот, кулькові ручки

Список використаної літератури

1. Полторац Л. Ю. «Я в соціумі»: методичні вказівки щодо використання арт-терапевтичної методики. / Л. Ю. Полторац – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2020. – 32
2. Blascovich, J., & Tomaka, J. Measures of self-esteem, 1991. – Режим доступу: <https://www.semanticscholar.org/paper/Measures-of-self-esteem.-Blascovich-Tomaka/5a5d2e25912f983fdb454a3e1ff9d0978d2cbae0>
3. Jhangiani, R. and H. Tarry. Principles of Social Psychology – 1st International Edition. Victoria, B.C.: BCcampus, 2014. Режим доступу: <https://opentextbc.ca/socialpsychology>
4. Orth, U., & Robins, R. W. The development of self-esteem. Current Directions in Psychological Science, 2014. – Vol. 23, 381-387. Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1177/0963721414547414> Режим доступу: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0963721414547414>

**ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У
МОЛОДІ В КОНТЕКСТІ СТАНОВЛЕННЯ
ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА
(7 годин)**

Мета тренінгу: підвищення рівня знань про соціальну відповідальність як життєздатний інструмент регулювання суспільних відносин; набуття практичних навичок та умінь щодо визначення соціально корисної поведінки та діяльності, дотримання соціальних норм суспільства, формування соціальної відповідальності у молоді в контексті становлення громадянського суспільства з метою забезпечення поступального розвитку України.

Завдання:

- дізнатися про складові соціальної відповідальності, види, підстави, принципи та її прояви й особливості;
- визначити поняття «соціальна відповідальність», «форми реалізації соціальної відповідальності», «соціальні норми», «соціально відповідальна поведінка людини»;
- проаналізувати зв'язок між соціальною відповідальністю, соціальною безпекою та громадянським суспільством як найбільш ціннісним феноменом сучасного світу.

Вміння:

- приймати рішення, які узгоджуються зі власними інтересами і не заперечують соціальним нормам суспільства;
- робити виважені вчинки, обирати соціально корисну та відповідальну поведінку та вид діяльності;
- оцінювати і розрізняти соціальну відповідальність та безвідповідальність по відношенню до членів соціальних груп, суспільства, держави.

Навички:

- побудова власної соціально відповідальної поведінки як особистості та громадянина України;
- розпізнавання соціально корисної та соціально шкідливої поведінки, діяльності з боку різних суб'єктів суспільства;
- прийняття ефективних рішень на основі розуміння соціальної відповідальності за власні вчинки та професійну діяльність.

Ключові слова: громадянське суспільство, соціальна відповідальність, соціальні норми, реальна відповідальність, потенційна відповідальність, підстави соціальної відповідальності, принципи соціальної відповідальності, соціальна безпека.

Методи навчання: словесні (лекції), наочні (ілюстрація) та практичні (творчі, усні та письмові вправи, що виконують як індивідуально, так і в групах).

Форма проведення навчального заняття: семінар, що поєднує теоретичні блоки (лекції) і тренінг (практичні вправи). Навчальні заняття проводяться із використанням мультимедійних презентацій.

Активність. Знайомство (15 хвилин).

На початку тренінгу тренер знайомить учасників з правилами роботи в групі. А саме:

1. Правило піднятої руки для висловлювання.
2. Правило поваги до учасника та до його думки.
3. Правило активності.

І далі тренер пропонує учасникам доповнити цей перелік правил. Правила записуються на дошці або на стенді. Під час проведення практикуму чи різних вправ і обговорення їх результатів, сам тренер або учасник, якому це можна доручити, має слідкувати за дотриманням правил і делікатно нагадувати всім учасникам необхідності їх дотримання (можна не словами, а піднімати цифру з номером правила або вказувати на правило на дошці, при цьому не перебивати того, хто говорить).

Для знайомства учасникам тренінгу пропонується дати відповіді на три питання:

1. Які асоціації (картинки) виникають у Вас, коли Ви чуєте такі вирази, як «соціальна дистанція», «соціальна користь», «соціальна шкода», «соціальні групи», «інтереси соціальних груп», «соціальна держава»? (Список можна продовжити, залежить від групи і тренера).

2. Як Ви співвідносите ці поняття до себе?

3. Чи бачите Ви зв'язок цих понять із соціальною відповідальністю і який? (прямий, опосередкований, теоретичний, практичний, свідомий, примусовий, природний, штучний, вигаданий тощо).

Відповіді можуть бути усними (словесними) або у вигляді картинок.

Обговорення: Заслуховуються відповіді, ставляться питання один одному, якщо є потреба і дозволяє час наводяться приклади, докази з власного життя тощо. (Обговорення без оціночних суджень тренера; участь тренера мінімальна).

При проведенні вправ радимо скористатись посиланням¹³³ (Вправи з підвищення відповідальності)

➡ **Тематичний блок 1 «Громадянське суспільство та соціальна відповідальність» (60 хвилин).** Громадянське суспільство як найбільш важливий феномен сучасного світу¹³⁴. Філософські підходи до визначення поняття соціальної відповідальності¹³⁵.

Для початку декілька визначень громадянського суспільства (досить поширених):

«...це сфера життєдіяльності людей, вільна від безпосереднього впливу з боку держави та її посадових осіб, але разом з тим вона організована, внутрішньо впорядкована і взаємодіє з державою, та сфера, де люди реалізують свої приватні інтереси, об'єднуються в групи і організації»;

«...суспільство громадян з високим рівнем економічних, соціальних, політичних, культурних і моральних властивостей, яке утворює розвинені правові відносини з державою; суспільство рівноправних громадян, яке не залежить від держави, але взаємодіють з нею заради спільного блага»¹³⁶.

Для більшості європейських країн це реальність, їхній досвід заслуговує вивчення та впровадження. І саме молодому поколінню властиве бажання змінити своє життя на краще, а значить формувати свою життєву позицію, погляди, справи, бути проактивними, свідомими та відповідальними.

Громадянське суспільство розглядається як один з найбільш важливих ціннісних і культурологічних феноменів сучасного суспільства. В загальноприйнятому розумінні громадянське суспільство виступає «як сукупність соціальних утворень (груп, колективів), об'єднаних специфічними інтересами (економічними, етнічними, культурними і так далі), що реалізовані поза сферою діяльності держави і дозволяють, в умовах демократичної системи облаштування суспільного життя, контролювати дії держави».

133. Вправи з підвищення відповідальності - [Електрон. ресурс]. – Режим доступу:https://stud.com.ua/153297/psihologiya/vpravi_pidvischennyu_vidprovidalnosti.- Загол. з екрану.

134. Кін, Джон. Громадянське суспільство: старі образи, нове бачення [Текст] / Д. Кін ; пер. з англ. О. Гриценко. - К. : К.І.С. : Аналітично- дослідницький центр «АНОД», 2000. - 191 с.

135. Грищук, В. К. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Грищук В. К. ; Львів. держ. ун-т внутр. справ. - Львів, 2012. - 151 с.

136. Вікі Енциклопедія громадянського суспільства в Україні – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://prostir.wikia.com/wili>. - Загол. з екрану.

Як зазначає С.В. Кульчицький, в сучасній практиці «громадянське суспільство, вважається антитезою держави». Він звертає увагу, що «поборники демократії та прав людини високо цінують громадянське суспільство за те, що воно забезпечує певну незалежність громадян від держави. Проте слід зазначити, що саме держава захищає громадянське суспільство і робить можливим його існування. Важливі функції сучасної держави полягають у захисті приватної власності та у виробленні таких зразків очікуваної суспільної поведінки громадян, які сприяють зміцненню громадському порядку – так, щоб окремі уряди не змогли легко змінити суспільний лад. Підтримуючи політичне, економічне і соціальне середовище, в якому можуть виникати й діяти незалежні асоціації, держава допомагає створенню і розвитку громадянського суспільства¹³⁷.

З точки зору структури суспільної системи громадянське суспільство – це своєрідний соціальний простір, в якому люди взаємодіють як автономні індивіди, а взаємодіючи, утворюють складну, багаторівневу мережу громадянських зв'язків і взаємозалежностей, які і будують власне соціальне життя і власне соціальне суспільство, якому не потрібен примус з боку політичних структур, щоб функціонувати¹³⁸. Важливою є здатність людини свідомо і добровільно об'єднуватись із собою подібними, на яку звернув увагу Алексіс де Токвіль.

Поняття «відповідальність» має свою історію. У добу Середньовіччя поняття відповідальності осмислювалось крізь призму геоцентризму: відповідальність за порушення Божих заповідей та людських законів, санкціонованих Богом. В епоху Відродження та Просвітництва акцентувалось узгодження відповідальності зі свободою людини, взаємній відповідальності держави і громадян та відповідальності, підставою якої є порушення закону, а підґрунтям – право власного вибору. У гуманістичній філософії наголошувалось на індивідуальній відповідальності за порушення закону та відповідальності у контексті проблематики узгодження свободи кожного зі свободою всіх, особистісного прагнення до щастя з прагненням до щастя інших людей.

137. Кульчицький, С.В. Громадянське суспільство // Енциклопедія історії України: Т. 2: Г-Д / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. - К.: В-во «Наукова думка», 2004. - 688 с.

138. Діалоги в універсумі [Текст] : ексклюзивні інтерв'ю з відомими вченими, політиками, письменниками і журналістами. - Львів: Універсум, 2000. - 195 с. (Громадянське суспільство); Монологи в універсумі [Текст] : актуальні проблеми сучасної України. - Львів: Універсум, 2000. - 198 с. (Громадянське суспільство)

В сучасних умовах «соціальна відповідальність розглядається у двох аспектах, в залежності від того, якою є поведінка особи - соціально корисною чи соціально шкідливою»¹³⁹.

Соціальна відповідальність – це «соціально-нормативне явище, що представляє собою добровільне та свідоме виконання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їх порушення – застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами. Соціальна відповідальність особи є невід'ємним елементом кожного суспільного механізму. В суто індивідуальному плані відповідальність є ознакою соціалізованості особи».

Соціальна відповідальність є перевіреним інструментом регулювання суспільних відносин. Мета: «упорядкування, гармонізація, програмування суспільних відносин і забезпечення їхнього прогресивного, поступального і стабільного розвитку». Як влучно зазначив доктор наук Грищук Віктор Климович, соціальна відповідальність «має випрацьовану поколіннями впродовж багатьох століть нормативну основу – цілісну, динамічну систему соціальних норм, яка, з одного боку, є вагомим – соціальним здобутком, свідченням цивілізованості суспільства, а, з іншого, – засобом, який забезпечує життєздатність суспільства, упорядкованість, сталість, контрольованість і прогнозованість розвитку суспільних відносин, що є основою прогресивного розвитку суспільства»¹⁴⁰.

Важається, що соціальна відповідальність є фундаментом системи суспільних відносин, і тому є «невід'ємним елементом у макросистемі людина-держава-суспільство». Не існує жодного виду суспільно значимої діяльності, яка б не була пов'язана з реальною чи потенційною відповідальністю.

Реальна відповідальність – це «відповідальність в особистісному плані – реальні вчинки людини, що узгоджені з вимогами соціальних норм, а в соціальному плані – негативні наслідки для людини, що настають внаслідок неузгодженості її вчинків з вимогами соціальних норм».

Потенційна відповідальність в «соціальному плані – наявність дієвого механізму соціального контролю, здатного забезпечити притягнен-

139. Соціальна відповідальність. - [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_відповідальність. – Загол. з екрану.

140. Грищук, В. К. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Грищук В. К. ; Львів. держ. ун-т внутр. справ. - Львів, 2012. - 151 с.

ня винного до соціальної відповідальності у випадках порушення ним приписів соціальних норм, а в особистісному – усвідомлення людиною можливості відповідальності за наслідки особистої діяльності». Проблема відповідальності у її багатоаспектності – «громадянина перед державою, держави перед громадянином та відповідальності особи за свої вчинки» є предметом вивчення з часів античності і по сьогодні, оскільки впливає на існування суспільства в цілому.

► Практикум 1 «Моя відповідальність за...» (15 хвилин).

Мета: прийняття відповідальності за своє власне життя.

Хід проведення:

Учасникам пропонується написати на папері всіх тих людей, за кого вони, на їхню власну думку, повинні нести відповідальність, і тих, за кого вони реально турбуються і несуть відповідальність вже сьогодні.

Обговорення: Після цього тренер дає можливість учасникам озвучити Список. Варто звернути увагу, чи включив учасник тренінгу самого себе до Списку. Ті, хто включив (написав), мають пояснити, чому себе включили, а ті, хто не включив себе до списку, мають пояснити, чому не включили. (Ідея: кожний несе відповідальність за власне життя, звідси і поведінка, і вчинки, і результати тощо).

► Практикум 2 «Прояви відповідальності» (25 хвилин).

Мета: освоєння навичок виділяти (соціально корисну чи соціально шкідливу) поведінку особи по відношенню до інших.

Хід проведення:

Учасникам пропонується навести приклади (усно), що ілюструють прояви відповідальності та безвідповідальності:

1. Самих учасників до інших (батьків, рідних, друзів, одногрупників чи колег по роботі, незнайомих людей, держави);
2. І навпаки, з боку інших до учасника тренінгу.

Якщо виникають труднощі, можна нагадати про права і обов'язки батьків по відношенню до неповнолітніх дітей, дорослих дітей по відношенню до батьків похилого віку, «громадянин – держава», «держава – громадянин» тощо. Всі прояви відповідальності та безвідповідальності бажано зафіксувати на папері, щоб в подальшому можна було їх використовувати під час тренінгу.

Обговорення: Під час обговорення важливо звернути увагу на результати і наслідки цих проявів, оцінити емоційну складову та запитати, як би наступного разу повів себе учасник, чи захотів би

щось змінити тощо. (Ідея: продемонструвати, як дії одної особи впливають на іншу; чи має конструктивну чи деструктивну дію тощо; з чого виникає відповідальність; як вона сприймається тими, хто несе відповідальність і тими, хто не отримує по відношенню до себе очікуваної відповідальності тощо?)

► Практикум 3 «Відповідальність за помилки» (20 хвилин).

Мета: відпрацювання особистих стратегій прийняття на себе відповідальності за власні помилки.

Хід проведення:

Учасникам пропонується пригадати з власного досвіду або досвіду знайомих, друзів, героїв кінофільмів тощо приклади життєвих помилок або проступків, неприємних ситуацій. Три-чотири учасники мають знайти виправдальні обставини, чому людина так поступила (між собою вони не радяться; кожний виступає у ролі близької людини (мами, батька, дідуся, товариша тощо)).

Обговорення: Учасник має назвати свою помилку і як би він її виправив. Інші учасники можуть надати свої поради. (Ідея: більшість пересічних проступків людини не є непоправними помилками, які близькі люди не зможуть пробачити. Але як це сприймається іншими, особливо тими, кому це нанесло шкоду?).

► **Тематичний блок 2 «Соціальні норми та соціальна відповідальність» (90 хвилин).** Соціальні норми, їхні функції та види. Різновиди соціальної відповідальності¹⁴¹. Формування позитивної (перспективної) соціальної відповідальності. Підстави соціальної відповідальності. Зв'язок з категоріями розуму, свободи, свободи волі, свободи совісті, свободи прийняття рішень, свободи дій (побіжно, тільки зазначити)¹⁴². Принципи соціальної відповідальності¹⁴³.

Соціальна відповідальність базується на соціальних нормах. **Соціальні норми** завдяки своїм функціям набули якостей системоутворювального чинника щодо суспільства. Соціальні норми як правила суспільних відносин є за своєю суттю еталонами, моделями

141. Соціальна відповідальність як основна цінність інституціоналізації сучасного суспільства : [монографія] / [Єрмоленко А. та ін. ; відп. ред. Єрмоленко А.] ; НАН України, Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди. - Київ : Наукова думка, 2016. - 302, [1] с.

142. Грищук, В. К. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Грищук В. К. ; Львів. держ. ун-т внутр. справ. - Львів, 2012. - 151 с.

143. Соціальна відповідальність / [В. М. Тарасевич та ін. ; за наук. ред. В. М. Тарасевича, О. В. Золотарьової] ; Нац. металург. акад. України. - Дніпро : Економіка, 2019. - 203 с.

суспільно корисної та суспільно прийнятної поведінки людини. З іншого боку, вони за своїм змістом є відображенням домінантних інтересів суспільства, що виникли на підставі неконфліктного узгодження інтересів як індивідуальних інтересів, так і інтересів окремих суспільних груп. За своєю природою вони відображають сформовані на рівні суспільства, держави, інших суспільних суб'єктів прийнятні та бажані тенденції щодо поведінки людини в суспільстві.

Люди здатні ефективно розрізняти і вчитися соціальним нормам поведінки (це також наслідок нашої еволюції). Але, як часто буває, для того щоб змінити поведінку, не вистачає лише сигналу від інших учасників групи, що якась поведінка є прийнятною, а якась ні. Соціальні норми – це поширене між усіма учасниками «знання про що дозволено, а що заборонено».

Соціальні норми виконують у суспільстві охоронну, регулятивну і виховну функції. Отже, вони визначають раціональні межі свободи людини, виступають засобом гармонізації, упорядкованості суспільних відносин і тим самим забезпечують поступальний розвиток суспільства. Завдяки функціям соціальні норми розглядають як системоутворювальний чинник.

Розрізняють такі *види соціальних норм*: «звичаї, традиції, норми моралі, релігійні (канонічні) норми, етичні норми, політичні норми, корпоративні норми, норми громадських організацій, технічні норми, норми культури, норми права тощо». Кожна норма виконує свої специфічні функції та здійснює взаємодію й взаємовплив на інші соціальні норми, і таким чином, виступає певним регулятором прийнятного чи неприйнятного.

Види соціальних норм мають безпосередній зв'язок із різновидами соціальної відповідальності: моральна, релігійна, дисциплінарна, політична, правова (юридична) тощо. Основними формами соціальної відповідальності, зазначає І.Г. Савченко, є «юридична, моральна, політична, партійна, професійна, екологічна тощо. Найдавнішою з-поміж них є моральна відповідальність. Політична та правова відповідальність виникають із появою держави, що й формує політичні і правові норми»¹⁴⁴.

Поширеним є розгляд соціальної відповідальності у двох аспектах: *позитивному (перспективному, проспективному) та негативному (ретроспективному)*.

144. Савченко І.Г. Соціальна відповідальність в контексті розбудови соціальної держави в Україні / І.Г. Савченко // Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. – № 2 (24): у 2 ч. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2005. – Ч. 1. – С. 55 – 63.

На думку В. К. Грищука, «соціальна відповідальність за своїм сутнісним змістом має два види, прояви, аспекти – позитивний і негативний, відповідальність за минуле і відповідальність за теперішнє і майбутнє. Під позитивною (перспективною) соціальною відповідальністю потрібно розуміти добровільне і свідоме використання, виконання, дотримання суб'єктами суспільних відносин приписів соціальних норм. Під негативною (ретроспективною) соціальною відповідальністю – застосування для порушника соціальних норм заходів впливу, передбачених цими нормами. Між позитивною (перспективною) та негативною (ретроспективною) соціальною відповідальністю існує кореляційна залежність: розширення сфери позитивної (перспективної) соціальної відповідальності веде до звуження сфери негативної (ретроспективної) соціальної відповідальності і навпаки – розширення сфери негативної (ретроспективної) соціальної відповідальності веде до звуження сфери позитивної (перспективної) соціальної відповідальності»¹⁴⁵.

Формування позитивної (перспективної) соціальної відповідальності і вироблення ефективної моделі негативної (ретроспективної) соціальної відповідальності є важливим чинником у механізмі забезпечення соціалізації людини, забезпечення її прав і свобод, розвитку демократичних інститутів суспільства, формування і утвердження гуманної системи соціальних цінностей.

Специфіка негативної (ретроспективної) відповідальності полягає у нівелюванні її соціальними нормами. Тоді як позитивна (перспективна) відповідальність полягає в усвідомленні особою свого обов'язку перед суспільством крізь призму смислу та наслідків своїх дій і вчинків.

Соціальна відповідальність єдина, але має **дві форми реалізації: добровільну** – виражену в обов'язку суб'єкта виконувати приписи соціальних норм його правомірною поведінкою і реакцією на нього, і **примусову** – виражену в обов'язку порушника соціальних норм підпорядкуватися різноманітним заходам суспільного і (або) державного примусу.

Спільність позитивної і негативної форм соціальної відповідальності полягає в закріпленні їх соціальними нормами, в єдиних передумовах і вияву в поведінці суб'єкта. Ця поведінка не однакова за своєю характеристикою. Вона може бути конфліктною, а може бути

145. Грищук, В. К. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Грищук В. К. ; Львів. держ. ун-т внутр. справ. - Львів, 2012. - 151 с.

і соціально схвальною. Зовнішні суперечливі характеристики цих видів поведінки обумовлені філософським законом єдності і боротьби протилежностей. Однак обидва варіанти поведінки змодельовані в соціальних нормах, як змодельовані в них позитивний і негативний аспекти реалізації соціальної відповідальності.

Науковці роблять висновок що, «соціальна відповідальність – це діалектичний взаємозв'язок між особою і суспільством, що характеризується взаємними правами і обов'язками щодо дотримання приписів соціальних норм, їх виконання, що тягне за собою схвалення, заохочення, а у випадках безвідповідальної поведінки, яка не відповідає вимогам приписів цих норм, – обов'язок витримувати несприятливі наслідки»¹⁴⁶.

Соціальна відповідальність має дві підстави: а) фактичну та б) нормативну.

Фактичною підставою негативної (ретроспективної) соціальної відповідальності в широкому розумінні цього слова є вчинення суб'єктом суспільних відносин діяння, яке суперечить соціальній нормі або нормам, а в разі порушення юридичної норми або норм – наявність у такому діянні складу правопорушення. Фактичною підставою позитивної (перспективної) соціальної відповідальності є нормативне діяння суб'єкта суспільних відносин, іншими словами – наявність в його діянні відповідного складу нормативного вчинку.

Нормативною підставою як негативної (ретроспективної), так і позитивної (перспективної) соціальної відповідальності є система соціальних норм, що функціонують у даному суспільстві.

Соціальна відповідальність здійснюється в часі і просторі, в цих же параметрах вона і розвивається, вдосконалюється. На основі концепції нормативного регулювання суспільних відносин виділяють такі стадії соціальної відповідальності: а) виникнення; б) реалізація; в) припинення.

У філософії поняття відповідальності розглядається у нерозривному зв'язку із категоріями розуму, свободи, свободи волі, свободи совісті, свободи прийняття рішень, свободи дій. Соціальна відповідальність також нерозривно пов'язана з філософськими категоріями «необхідність» і «свобода волі». Співвідношення категорій «свобода» і «необхідність» виступає методологічною основою для виникнення категорії «соціальна відповідальність». Приєднуємось до думки В.К. Грищука, що «соціальну відповідальність можна розглядати як

146. Грищук, В. К. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Грищук В. К. ; Львів. держ. ун-т внутр. справ. - Львів, 2012. - 151 с.

«необхідне обмеження свободи волі кожного, волею суспільства, держави, інших суб'єктів нормотворчості для спрямування соціальної активності і пасивності кожного у певне русло, визначені рамки».

Свобода волі людини детермінує відповідальність, а відповідальність визначає нормативні межі свободи. Соціальна відповідальність має свою суб'єктивну передумову – свободу волі людини, скеровану її розумом. Відповідальність є вагомим чинником, засобом соціалізації індивіда. «Свобода волі людини – це можливість вибору нею відповідного рішення, вчинку, поведінки та прагнення до його реалізації, а відповідальність – це оцінка вибору і наслідків цього рішення, вчинку, поведінки через призму соціальних норм».

Визначальне значення мають два фактори формування соціально відповідальної поведінки людини: а) наявність заснованих на загальнолюдських цінностях системи соціальних норм; б) наявність демократично зорієнтованого, дієвого соціального механізму контролю, здатного забезпечити встановлення фактів порушення приписів соціальних норм і притягнення винних до відповідного виду соціальної відповідальності.

До числа принципів негативної (ретроспективної) соціальної відповідальності віднесені: 1) принцип нормативності відповідальності; 2) принцип доцільності відповідальності; 3) принцип обґрунтованості підстав відповідальності; 4) принцип невідворотності і своєчасності відповідальності; 5) принцип справедливості відповідальності. Принципами позитивної (перспективної) соціальної відповідальності є: 1) принцип нормативності відповідальності; 2) принцип обґрунтованості підстав відповідальності; 3) принцип справедливості відповідальності.

Соціальна відповідальність нерозривно пов'язана із соціальною безпекою. Соціальна відповідальність є гарантом соціальної безпеки, засобом підтримання і зміцнення соціальної злагоди, цілісності суспільства, держави в цілому і особистої безпеки людини зокрема. Тому соціальна безпека об'єктивно потребує надійного механізму забезпечення соціальної відповідальності.

Практикум 4 «Види соціальних норм та їх значення для суспільства» (25 хвилин)

Мета: усвідомлення значення соціальних норм та їх функцій для соціальних груп, суспільства, держави.

Хід проведення:

Учасникам пропонується згадати звичаї, традиції, норми моралі, релігійні, етичні, політичні норми тощо (різних історичних часів та різних народів й країн), що мали позитивний чи негативний вплив на хід історії. Можна скористатись прикладами художньої літератури чи кінематографії. (Ідея: проаналізувати позитивний та негативний досвід слідування соціальним нормам або їх ігнорування; запозичити з минулого позитив; запропонувати нові соціальні норми тощо).

Обговорення: Учасник розглядає ту чи іншу соціальну норму на прикладі соціальної групи, країни і оцінює її позитивний чи негативний ефект, її значення. Відбувається обмін думками щодо ставлення до соціальних норм та їх функцій.

► Практикум 5 «Моя формула соціальної відповідальності» (25 хвилин).

Мета: усвідомлення соціальної відповідальності через діяльність.

Хід проведення:

Учасникам тренінгу пропонується обрати на свій розсуд 5 понять із «Кошика Соціальної відповідальності та її друзів і не тільки...» і показати їхній зв'язок (вплив, залежність тощо; позитив чи негатив) із поняттям «соціальна відповідальність». (Кожного поняття (слова) у кошику може бути по 5-7, залежно від кількості учасників, тобто поняття повторюються. Учасник бачить, яке слово обирає. Зв'язок із поняттям «соціальна відповідальність» пояснюється усно).

Перелік понять для «Кошика Соціальної відповідальності та її друзів і не тільки...»: відповідальність, порядок, безлад, необхідність, розум, свобода, воля, совість, мораль, свобода волі, свобода совісті, свобода прийняття рішень, свобода дій, соціальні норми, унормованість, контроль, прогноз, суспільні відносини, суспільна користь, поведінка, особа, громадянин, держава, бізнес, соціальна активність, соціальна пасивність тощо (учасник тренінгу може додати на власний розсуд, а потім пояснити чому).

Далі на окремому листочку пропонується учасникам записати формулу, використовуючи різні математичні знаки:

Соціальна відповідальність дорівнюється =

Учасники можуть підписати свій листочок або поставити якийсь знак, щоб потім впізнати свою формулу. Тренер збирає листочки і в залежності від того, що побачить, може або сам, або запропонувати двом-трьом учасникам прокоментувати ці формули.

Обговорення: Учасники обговорюють «формули соціальної відповідальності», звертають увагу на те, від чого, на їхню думку, вона в першу чергу залежить, що є обов'язковим тощо.

Тематичний блок 3 «Громадянське суспільство та суспільні блага» (60 хвилин). Суспільні блага¹⁴⁷. Соціальне підприємництво. «Трагедія спільного» (Гаррет Хардін) «Керування спільним» (Еліно́р Остром¹⁴⁸). Соціальна відповідальність¹⁴⁹.

Громадянське суспільство відображає та захищає інтереси й прагнення різноманітних груп та громадян. «Багатоманіття поглядів та дій не може бути обмежено нічим, крім конституційних прав і свобод інших груп та громадян. Громадянське суспільство здатне зробити відчутний внесок у соціально-економічний розвиток країни – через соціальне підприємництво, збільшення кількості робочих місць та самозайнятих осіб, покращення бізнес-середовища, надання соціальних послуг, реалізацію інших суспільно корисних проєктів».¹⁵⁰

Варто зупинитись на деяких поняттях і показати їхній зв'язок, вплив та значимість для становлення громадянського суспільства та формування соціальної відповідальності за власну поведінку, вчинки і діяльність в цілому.

Для суспільства одночасно найбільш складними та важливими є соціальні ділеми щодо спільних ресурсів. Невміння або небажання користуватись спільним продуктом на чесних засадах призводить до ситуації, яку називають «трагедією спільного»¹⁵¹ (Гаррет Хардін, 1968). Головним чином, мається на увазі проблема надмірного використання спільного блага. Стаття «Трагедія громадського надбання» (1968) для наукового журналу «*Science*» «описує ситуацію, в якій багато індивідів, дії яких є незалежними, раціональними і стосуються лише власних інтересів, вичерпають спільні ресурси, навіть якщо кожен

147. Олсон, М. Логіка колективної дії: суспільні блага і теорія груп / М. Олсон ; пер. з англ., післямова С. В. Слухай. - К. : Лібра, 2004. - 271 с.

148. Остром, Е. Керування спільним. Еволюція інституцій колективної дії.- К.: Наш час. 2012.-400с.

149. Пушкар, М. С.Соціальна відповідальність бізнесу: теорія і практика : монографія / Пушкар М. С., Голінач Л. І. - Тернопіль : Карт-бланш, 2018. - 214 с.

150. Національна стратегія сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021 – 2025 роки: проєкт. - [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://docs.google.com/document/> – Загол. з екрану.

151. Трагедія спільного, трагедія общин, трагедія общинного поля (англ. Tragedy of the commons) [Електрон. ресурс]. - Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki> .- Загол. з екрану.

з цих індивідів не зацікавлений в подібному сценарії» (Приклади: пасовище, надмірний вилов риби тощо). Г. Хардін робить висновок, що для уникнення трагедії спільного потрібна приватизація ресурсів.

Г.Хардіна критикували за те, що «він не розглядає історичний аспект спільних ресурсів, культурних традицій і не надає увагу різниці між спільною власністю і відкритим доступом до ресурсів. Наступні роботи¹⁵² професорки університету Індіани Еліно́р Остром (Нобелівської лауретки, 2009 р.) та інших стверджують, що висновок про приватизацію ресурсів не є єдиним і оптимальним розв'язком проблеми.

Суспільне благо (соціальне благо, колективне благо – це благо, яке є як невиключним, так і неконкурентним, оскільки люди не можуть бути виключені з використання або можуть отримати користь, не сплативши за це, і де використання однією особою не зменшує доступності для інших або благо може бути використано одночасно більш ніж однією людиною. Суспільні блага включають знання, офіційну статистику, національну безпеку, загальну мову (мови), системи контролю тощо. Громадські блага, які доступні всюди, іноді називають глобальними суспільними благами (обізнаність про здоров'я, обмін та інтерпретація сучасної історії з культурним лексиконом тощо)¹⁵³.

Багато суспільних благ іноді можуть бути предметом надмірного використання, що призводить до негативних зовнішніх ефектів (екстерналій)¹⁵⁴, що впливають на всіх користувачів; наприклад, забруднення повітря, виникнення стихійних сміттєзвалищ тощо.

Блага, які є конкурентними, але невиключеними, іноді називають ресурсом загального пулу. Такі блага мають спільне коріння з суспільними благами: дзеркалом проблеми суспільних благ у цій справі є «трагедія общин».

Згідно теорії еволюції, люди стали людьми не в останню чергу завдяки тому, що навчилися вгамовувати жорстку конкуренцію всередині групи, навчилися долати свої примхи та егоїстичні інтереси. Як свідчать джерела, вижили саме ті групи, які навчилися гальмувати

152. Остром, Е. Керування спільним. Еволюція інституцій колективної дії.- К.: Наш час. 2012.-400с.

153. Суспільне благо (соціальне благо, колективне благо (англ. Public good) [Електрон. ресурс]. - Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki> .- Загол. з екрану.

154. Краснікова Л. І. Теорія державних витрат та суспільний вибір : [монографія] / Л. І. Краснікова; Нац. ун-т «Києво-Могилян. акад.». - Київ, 2009. - 108 с.

конкуренцію всередині себе, за допомогою соціальних норм поведінки. Отже, не варто шукати ворога поза власною соціальною групою чи іншою спільнотою, а розумніше переглянути правила та їх дотримання в середині групи, скорегувати в інтересах всіх зацікавлених сторін, і таким чином, зберігти та забезпечити власне існування, не порушуючи існування інших.

Одним з дієвих інструментів у вирішенні даного питання є соціальне підприємництво¹⁵⁵, що безпосередньо бере на себе соціальну відповідальність.

Соціальне підприємництво – це «використання стартапів та інших засобів підприємництва для розробки, фінансування та реалізації рішень соціальних, культурних або екологічних проблем. В цьому аспекті соціальне підприємництво зближується з третім сектором. Концепція соціального підприємництва може бути застосована до широкого спектру організацій, різних за розміром, що мають різні цілі». Суб'єктом і провідником соціального підприємництва виступає соціальний підприємець. Важливими ознаками соціального бізнесу є: «соціальна віддача», інноваційність, самоокупність і фінансова стійкість, масштабованість і тиражованість¹⁵⁶.

Соціальне підприємництво в сучасному суспільстві передбачає альтруїстичне ведення бізнесу і акцентує увагу на громадських вигодах. Дослідники відзначають, що «соціальне підприємництво стимулює соціальні зміни, навіть якщо його організаційні форми є невеликими і нежиттєздатними з точки зору економічної доцільності».

Соціальні підприємці, як правило, мають справу безпосередньо з гострими соціальними проблемами, причому прагнуть розглядати їх в широкому контексті, на перетині різних сфер знань, теорій і дисциплін. За деякими оцінками, такий підхід дає краще розуміння коренів громадських проблем, дозволяє розробляти інноваційні рішення і мобілізувати наявні в розпорядженні ресурси в глобальному масштабі.

► Практикум 6 «Суспільні блага¹⁵⁷ та відповідальність» (20 хвилин)

155. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін : [Гончарова М. А. та ін.]. - Київ : ВІ ЕН ЕЙ, 2017. - 187 с.

156. Соціальне підприємництво [Електрон. ресурс]. - Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki> .- Загол. з екрану.

157. Журавльова, Ю. О. Суспільні блага, як чинник людського розвитку: монографія / Ю. О. Журавльова ; Одес. нац. екон. ун-т. - Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2019. - 283 с.

Мета: навчитись розрізняти види соціального блага та усвідомити правила щодо користування ними.

Хід проведення: Підготувати плакат «Суспільні блага»

	Виключені блага	Невиключені блага
конкурентні	Приватні блага: їжа, одяг, житло (продовжити...)	Ресурси загального пулу: запаси вугілля, нафти, деревини (продовжити...)
неконкурентні	Клубні блага (платні блага): приватні фітнес-клуби.....	Суспільні блага: повітря, система національної безпеки

Запропонувати учасникам:

1. Продовжити перелік різних видів суспільного блага;
2. Навести приклади із власного досвіду користування суспільними благами, поділитись враженням, оцінити;
3. Подумати над тим, які правила (4-5 позицій) можна розробити при використанні суспільних благ різного призначення. (Можна орієнтуватись на визначення Пола А. Самуельсона «блага, від яких усі мають загальне задоволення в тому сенсі, що споживання такого блага кожною людиною не призводить до зменшення споживання цього блага будь-якою іншою людиною...» («Чиста теорія суспільних витрат», 1954 р.). (Ідея: з'ясувати для себе, що є конкурентні та неконкурентні соціальні блага, хто їх створює та хто ними і на якій підставі користується і може користуватись).

Обговорення: Учасники обмінюються інформацією, висловлюють власні думки, роблять висновки.

► Практикум 7 «Соціальне підприємництво¹⁵⁸ як прояв соціальної відповідальності» (40 хвилин)

Мета: усвідомлення важливості соціальної відповідальності за підприємницьку діяльність, вміння знаходити шляхи підтримки.

Хід проведення:

Учасникам пропонується поділитись на групи (3-4 особи) і підготувати інформацію щодо фондів з підтримки соціального підприємництва, скориставшись ресурсами Інтернет. (Для полегшення пошуку можна запропонувати прізвища засновників фондів: Біл Дрейтон, фонд «Ашока», 1980 р.; Клаус і Хільда Шваб, «Фонд

158. Смаглій, К. Зміни творить кожен із нас: Соціальне підприємництво та стратегічна філантропія / К. Смаглій. - Київ : Києво-Могилян. акад., 2014. - 206 с.

соціального підприємництва Шваба», 1998 р.; Джеффри Сколл, «Фонд Сколла», 1999 р. тощо. Бажано взяти сучасні фонди). (Ідея: проаналізувати причини створення фондів та напрями підтримки й результати; оцінити соціальний ефект від їхньої діяльності).

Обговорення: Учасники обмінюються інформацією, висловлюють власні думки, визначають, які напрями суспільного життя потребують підтримки соціальних підприємців та соціальних фондів.

Висновки. Відповідальність є яскравим проявом людини як суспільної істоти. Гармонійне поєднання різних аспектів соціальної відповідальності забезпечує становлення та функціонування громадянського суспільства. Підвищенню рівню знань з даного питання та перенесенню його у практичну площину допомагають тренінги та різного плану вправи, що сприяють формуванню соціальної відповідальності у молоді в контексті становлення й функціонування громадянського суспільства.

Підведення підсумків тренінгу (30 хвилин):

- Тезове проголошення основних положень тренінгу та короткий огляд набутих вмінь та навичок.
- Обговорення того, чи справдилися очікування учасників щодо тренінгу.
- Яка інформація, вправи, завдання, матеріали були найбільш корисними?
- Що не сподобалось у проведенні тренінгу?
- Які знання та навички стануть в нагоді?
- Вручення сертифікатів.

Список використаної літератури

1. Вікі Енциклопедія громадянського суспільства в Україні – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://prostir.wikia.com/wili>. - Загол. з екрану.
2. Вправи з підвищення відповідальності - [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/153297/psihologiya/vpravi_pidvischennyu_vidpovidalnosti. - Загол. з екрану.
3. Грищук, В. К. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Грищук В. К. ; Львів. держ. ун-т внутр. справ. - Львів, 2012. - 151 с.
4. Діалоги в універсумі [Текст] : ексклюзивні інтерв'ю з відомими вченими, політиками, письменниками і журналістами. - Львів: Універсум, 2000. - 195 с. (Громадянське суспільство)
5. Журавльова, Ю. О. Суспільні блага як чинник людського розвитку: монографія / Ю. О. Журавльова ; Одес. нац. екон. ун-т. - Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2019. - 283 с.

6. Кін, Джон. Громадянське суспільство: старі образи, нове бачення [Текст] / Д. Кін ; пер. з англ. О. Гриценко. - К. : К.І.С. : Аналітично-дослідницький центр «АНОД», 2000. - 191 с.

7. Краснікова Л. І. Теорія державних витрат та суспільний вибір : [монографія] / Л. І. Краснікова; Нац. ун-т «Киево-Могилян. акад.». - Київ, 2009. - 108 с.

8. Кульчицький, С.В. Громадянське суспільство // Енциклопедія історії України: Т. 2: Г-Д / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. - К.: В-во «Наукова думка», 2004. - 688 с.

9. Монологи в універсумі [Текст] : актуальні проблеми сучасної України. - Львів: Універсум, 2000. - 198 с. (Громадянське суспільство)

10. Національна стратегія сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021 – 2025 роки: проект. - [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://docs.google.com/document/> – Загол. з екрану.

11. Олсон, М. Логіка колективної дії: суспільні блага і теорія груп / М. Олсон ; пер. з англ., післямова С. В. Слухай. - К. : Лібра, 2004. - 271 с.

12. Остром, Е. Керування спільним. Еволюція інституцій колективної дії.- К.: Наш час. 2012.-400с.

13. Пушкар, М. С. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія і практика : монографія / Пушкар М. С., Голінач Л. І. - Тернопіль : Карт-бланш, 2018. - 214 с.

14. Савченко І.Г. Соціальна відповідальність в контексті розбудови соціальної держави в Україні / І.Г. Савченко // Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. – № 2 (24): у 2 ч. – Х.: Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2005. – Ч. 1. – С. 55 – 63.

15. Смаглій, К. Зміни творить кожен із нас: Соціальне підприємництво та стратегічна філантропія / К. Смаглій. - Київ : Києво-Могилян. акад., 2014. - 206 с.

16. Соціальна відповідальність / [В. М. Тарасевич та ін. ; за наук. ред. В. М. Тарасевича, О. В. Золотарьової] ; Нац. металург. акад. України. - Дніпро : Економіка, 2019. - 203 с.

17. Соціальна відповідальність як основна цінність інституціалізації сучасного суспільства : [монографія] / [Єрмоленко А. та ін. ; відп. ред. Єрмоленко А.] ; НАН України, Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди. - Київ : Наукова думка, 2016. - 302, [1] с.

18. Соціальна відповідальність. - [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_відповідальність. – Загол. з екрану.

19. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін : [Гончарова М. А. та ін.]. - Київ : ВІ ЕН ЕЙ, 2017. - 187 с.

20. Соціальне підприємництво [Електрон. ресурс]. - Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki> .- Загол. з екрану.

21. Суспільне благо (соціальне благо, колективне благо (англ. *Public good*) [Електрон. ресурс]. - Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki> .- Загол. з екрану.

22. Трагедія спільного, трагедія общин, трагедія общинного поля (англ. *Tragedy of the commons*) [Електрон. ресурс]. - Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki> .- Загол. з екрану.

ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК АСЕРТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ ТА КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Актуальність застосування тренінгу асертивності для молоді обумовлена наявністю негативних соціальних явищ в Україні та вимог, які пред'являються до молоді при її вступі у самостійне життя¹⁵⁹. Запропонований тренінг зорієнтований: на запуск процесу саморозвитку молоді; динаміку оптимального перебігу цього процесу та на досягнення кінцевого результату – сформованості асертивності та комунікативної взаємодії у молодіжному середовищі в контексті розвитку громадянського суспільства¹⁶⁰.

Мета тренінгових занять: оволодіння учасниками практичними вміннями та навичками для формування компетентностей; застосування прийомів і методів формування асертивної поведінки; розвиток критичного мислення, комунікативної взаємодії та відповідального ставлення молоді.

Подальша конкретизація мети відбувається у таких завданнях:

- 1) Ознайомлення з прийомами психоемоційного стану;
- 2) Активізація розвитку самосвідомості, самопізнання, позитивного самоприйняття;
- 3) Формування умінь і навичок асертивної поведінки;
- 4) Розвиток навичок комунікативної взаємодії та відповідального ставлення молоді.

Сформувати такі вміння:

- захист власної думки, правильне формулювання позиції, вміння дискутувати;
- формулювання об'єктивно-адекватних і достовірних висновків;
- проводити критичний аналіз, синтез, порівняння матеріалів;
- оцінка та узагальнення інформації з різних джерел.

159. Чубук Р. В. Роль тренінгу як засобу підвищення емпатії у майбутніх соціальних працівників. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах: Збірник наук. праць / [ред.кол. А.В. Сущенко (голов. ред.) та ін.], Запоріжжя: КПУ, 2020. Вип. 70. С. 198-204. Т. 4.

160. Войчун О. В. Формування громадянської активності студентів університету засобами студентського самоврядування / О. В. Войчун. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук. 2020, 314 с.

Оволодіти такими навичками:

- розпізнавання як власних психоемоційних станів, так і станів інших людей;
- застосування прийомів і методів формування асертивної поведінки;
- розвитку самосвідомості, самопізнання, позитивного самоприйняття;
- формування адекватної самооцінки, позитивного ставлення до себе;
- відповідального ставлення за прийняття життєво-важливих рішень.

Ключові слова: активізація, громадянське суспільство, молодіжне середовище, асертивність, критичне мислення, психоемоційний стан, уміння, навички, самопізнання, адекватна самооцінка, комунікативна взаємодія.

Методи навчання, які використовуються під час проведення тренінгових занять: словесні – інформаційні повідомлення, міні-лекції, інтерв'ю, бесіди; наочні – ілюстрація, рольові ігри, ситуації; практичні – творчі, усні та письмові вправи, що виконують як індивідуально, так і в групах; тести, обговорення різних вправ, практикуми на розумову і фізичну активність тощо.

Форма проведення тренінгових занять: практично-семінарське заняття, що поєднує теоретичні блоки (лекції) і тренінг (практичні вправи). Навчальні заняття проводяться із використанням мультимедійних презентацій.

МІНІ-ЛЕКЦІЯ

Асертивність – це здатність, спроможність та вміння людини:

- 1) відстоювати свої права, свою думку, свої інтереси та межі у різних ситуаціях;
- 2) висловлювати почуття, погляди, поважаючи себе і своїх співрозмовників, не порушуючи моральних прав та інтересів людей, з якими взаємодієш;
- 3) адекватно реагувати на критику і говорити собі та іншим «Ні», якщо вас не влаштовують якась точка зору або деякі обставини;
- 4) поєднувати внутрішню силу волі і доброзичливість у стосунках з оточуючими, одночасно проявляючи гнучкість поведінки.

Що ж заважає молодій людині бути асертивною:

- 1) низька самооцінка, невпевненість у собі, або правильності своїх поглядів;

2) гендерні та культурні стереотипи (напр., складно відстоювати себе на роботі; виховання у дівчат поведінки, щоб підкорюватись чоловікам тощо);

3) попередній життєвий досвід, коли асертивність мала негативні наслідки (втрачено роботу, друзів, партнерів);

4) негативні стилі виховання, коли батьки били, знецінювали, а вчителі критикували.

Вчені акцентують увагу на трьох стилях поведінки при комунікативній взаємодії:

1) Пасивна поведінка – коли людина не бажає висловлювати свою позицію, погляди. Такі люди нехтують власними інтересами, власним «Я». Не вміють відмовити, відстояти свою точку зору, навіть коли це невигідно або небезпечно. Вони дуже легко піддаються впливу, тому можуть стати жертвою шахраїв або потрапити до небезпечної компанії.

2) Агресивна поведінка – коли людина обирає стиль «нападу», замість того, щоб розібратись у ситуації, вислухати погляди інших, сформувані власну позицію. Таку манеру спілкування важко назвати етичною і ввічливою.

3) Асертивна поведінка – це «золота середина» між пасивною та агресивною поведінками, яка характеризується вміннями уважно вислухати, домовитися і врахувати інтереси всіх сторін комунікативної взаємодії на погоджених і справедливих умовах. Водночас, має бути сформоване вміння своєчасно відмовитися від того, що вас не влаштовує і сказати рішуче «Ні», в тому числі у ситуаціях, що можуть зашкодити здоров'ю, або є небезпечними для життя. На відміну від агресивної поведінки, коли людина власні потреби та інтереси ставить вище потреб інших людей, провокуючи конфлікт; або пасивної поведінки, коли людина сама дозволяє іншим людям порушувати свої права – асертивна поведінка передбачає: наявність свідомого взаємного порозуміння, партнерства у стосунках, збереження поваги у складних ситуаціях тощо. Відтак, дуже важливо навчати молодь формуванню асертивності з метою позитивної соціалізації, ефективної та взаємовигідної комунікації¹⁶¹.

161. Чубук Р. В. Роль тренінгу як засобу підвищення емпатії у майбутніх соціальних працівників. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах: Збірник наук. праць / [ред.кол. А.В. Сущенко (голов. ред.) та ін.], Запоріжжя: КПУ, 2020. Вип. 70. С. 198-204. Т. 4.

СПЕЦІАЛЬНА ПРОГРАМА ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГОВИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Зміст занять і практикумів	Трива- лість, хв.
Тренінгове заняття № 1 Активізація пізнавальної діяльності та психоемоційного стану учасників тренінгу		80
1.	Практикум № 1. Вступна співбесіда, знайомство «Розкажи про свій шлях вибору подальшого життя»	20
2.	Практикум № 2. Сприяння знайомству учасників «Взаємний обмін інтерв'ю»	15
3.	Практикум № 3. Встановлення взаємозв'язку між учасниками «Лабіринти взаємних запитань»	15
4.	Практикум № 4. Активізація психоемоційного тону групи «Пошук спільних ознак»	15
5.	Практикум № 5. Розвиток соціальної перцепції «Асоціації та спостережливість»	15
Тренінгове заняття № 2: Формування навичок асертивної поведінки учасників тренінгу		80
1.	Практикум № 1. Обговорення домашнього завдання «Два списки: самоставлення та очікування від оточення» на визначення (своїх меж дозволеного) та очікування ставлень до тебе з боку оточення (твій захист)	15
2.	Практикум № 2. Актуалізація знань у вигляді структурованого огляду через інформаційне повідомлення «Як навчитися бути асертивним?»	15
3.	Практикум № 3. Мозковий штурм «Чому нам важко сказати «ні»?» – усвідомлення мотивів невпевненої поведінки у ситуаціях тиску оточення	20
4.	Практикум № 4. «Незакінчена казка» на визначення стилю поведінки та вмінь приймати рішення у ситуаціях психологічного тиску	10
5.	Практикум № 5. Актуалізація знань у вигляді структурованого огляду через інформаційне повідомлення «Як діяти у ситуаціях психологічного тиску»	10

Тренінгове заняття № 3: Формування навичок комунікативно-конструктивної взаємодії		80
1.	Практикум № 1. Актуалізація знань у вигляді структурованого огляду через «Застосування «Я-повідомлення» у спілкуванні» спрямоване на ознайомлення з можливістю використання комунікативної навички «Я-повідомлення» для ефективного спілкування	15
2.	Практикум № 2. «Розвиток комунікативних навичок реалізації «Я-повідомлення» спрямована на подолання конфліктів і труднощів комунікативних навичок при застосуванні «Я-повідомлення»	25
3.	Практикум № 3. «Активізація і координація спільних дій» передбачає розвиток групової згуртованості та вмінь координувати спільні дії	15
4.	Практикум № 4. «Вербалізація почуттів» сприяє: усвідомленню почуттів, які виникають у людини, коли до неї звертаються з «Я- або Ти-повідомленням» і формуванню навичок адекватного реагування на почуття за допомогою «Я- або Ти-повідомлення».	25
ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ ТА ОБГОВОРЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ТРЕНІНГОВОЇ ПРОГРАМИ		30

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГОВИХ ЗАНЯТЬ ТРЕНІНГОВЕ ЗАНЯТТЯ № 1

**АКТИВІЗАЦІЯ ПІЗНАВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА
ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ УЧАСНИКІВ ТРЕНІНГУ – 80 хв.**

▶ Практикум № 1. Вступна співбесіда, знайомство «розкажи про свій шлях вибору подальшого життя» – 20 хв.

Мета практикуму: оволодіти практичними вміннями і навичками усвідомленого та адекватного вибору у житті молодої людини. Сприяти формуванню в учасників навичок соціальної компетентності, активної життєвої позиції для ефективною адаптації в соціальному середовищі, утвердження себе в різних життєвих ситуаціях. Обговорити, обґрунтувати та актуалізувати зміст правильного вибору у своєму житті¹⁶².

Вступне слово тренера: Своє майбутнє кожна людина створює сама, щоденно здійснюючи свій вибір. Отож, від того, правильно чи

¹⁶² Вчимося самостійності: навч.-метод. посіб. / За загал. ред.: Т. П. Спіріної; автор. кол.: Ю. М. Галустян, А. В. Каравай, А. Б. Кочарян, Т. Д. Мельник. К.: Видавництво ФОП Москаленко О. М., 2011. 214 с.

ні Ви зробите свій вибір, залежить Ваше подальше життя. З дитинства всі пам'ятають слова: «Не можна...», які оберігали та захищали від небезпеки, попереджали про неприємні ситуації. З віком молоді люди все більше самі роблять вибір: що для Вас самих є «можна», а що «не можна»; що для вас корисне, цікаве, потрібне, а що шкодить здоров'ю, кар'єрі, репутації, а відтак, є неприємним або взагалі неприйнятним. У цей час заборона формулюється у вигляді само заборони: «Я не хочу», «Я не буду», «Мені це не потрібно». З кожним днем дорослішання Ви приймаєте все більше самостійних рішень, встановлюєте власні стандарти життя і поведінки, за які самі несете відповідальність¹⁶³.

Для того, щоб прийняте рішення було насправді Вашим, важливо пізнати самих себе, зрозуміти свої потреби, бажання, прагнення і цілі в житті. Кожен з вас є найкращим експертом свого життя. Ваше майбутнє залежить тільки від вас і вашого вибору і більше ні від чого, і ні від кого. Відтак, вибір, який Ви робите сьогодні, повинен бути правильно усвідомленим, оскільки його робите саме Ви, а тому цей вибір повинен базуватися на розумінні, що Ваші дії сьогодні, відобразяться на всьому вашому майбутньому. Отож, наслідком вибору, який базується на мимовільному бажанні, капризах або примусі, а не на впевненості та знаннях – може стати причиною того, що Ваш потенціал на реалізацію майбутнього буде заблокований¹⁶⁴.

Краще пізнати самого себе допоможуть деякі наші поради. Насамперед, необхідно зацентувати увагу на тому, що: Ваші потреби, бажання, уподобання – це все те, що Ви самі вибираєте. Отож, уважно спостерігайте і не обманюйте самих себе стосовно того, що Вам подобається робити, що у Вас добре виходить, а що Вам зовсім не до душі. Записуйте результати спостережень: те, що Вам не подобається і те, чим Вам хотілось би зайнятися або що вивчити. Все це дуже взаємопов'язане, тому намагайтеся нічого не пропустити¹⁶⁵.

Якщо Ви бажаєте прожити своє життя повноцінно, не можна покладатися лише на щасливий випадок, або очікувати, коли це зроблять інші, оскільки свій щасливий випадок кожен творить сам, а Ви здатні

163. Психолого-педагогічні умови виховання громадянської спрямованості в юнацькому віці / За заг. ред. М.І. Боришевського. К.: Міленіум, 2004. 298 с.

164. Грін М. Тренінг з кризових комунікацій [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/ua_crisis_communications.pdf.

165. Громадянське суспільство – активність на користь громаді [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/uk/suspilstvo/inhaltsseiten/hintergrund/gromadjanskesuspilstvo-aktivnist-na-korist-gromadi.html?type=1000&no_cache=1.

на це. До того ж, за будь-якою обставиною, яку Ви вважаєте щасливим випадком, зроблено Вами низку виборів, які й привели до цієї удачі.

► Практикум № 2. Сприяння знайомству учасників. «Взаємний обмін інтерв'ю» – 15 хв.

Мета практикуму: сприяти подальшому знайомству учасників, створити сприятливі умови для конструктивної взаємодії.

Ресурси: бланк для проведення інтерв'ю.

Хід проведення практикуму:

1. Учасники об'єднуються у пари та по черзі беруть один в одного інтерв'ю:

– назви своє ім'я –

– три речі, які ти найбільше любиш у житті –

– життєве кредо (лозунг) –

– твоя мрія –

– портрет співбесідника (потрібно зобразити співбесідника за допомогою малюнка. Можна використовувати будь-які асоціації та образи).

2. Кожен з учасників презентує свого співбесідника.

❓ **Питання для обговорення:**

1. Чи допомогло знайомство через інтерв'ю краще пізнати один одного?

2. Можливо, комусь розповідь про самого себе з вуст співбесідника допомогла краще побачити себе збоку?

3. З якими труднощами ви зіткнулися, коли брали інтерв'ю і відтворювали зміст почутої інформації?

► Практикум № 3. Встановлення взаємозв'язку між учасниками «лабіринти взаємних запитань» – 15 хв.

Мета практикуму: сприяти встановленню комунікативного взаємозв'язку між учасниками для створення асоціацій та образів.

Ресурси: великий клубок довгої мотузки.

Хід проведення практикуму: учасники стають у коло; кожен учасник по-черзі, ставить запитання, перекидаючи клубок іншому. Той, хто одержав клубок, відповідає на запитання, намотуючи мотузку на один з пальців. Далі ставить своє запитання, перекидаючи клубок іншому. Так, по колу утворюються «лабіринти» з мотузки, які символізують тісний взаємозв'язок між учасниками тренінгу.

► Практикум № 4. Активізація психоемоційного тону групи «пошук спільних ознак» – 15 хв.

Мета практикуму: сприяти активізації психоемоційного стану учасників групи.

Ресурси: м'яч.

Хід проведення практикуму: група стає в коло. Тренер бере в руки м'яч і пояснює правила гри: «Той, у кого в руках знаходиться м'яч, повинен якомога скоріше перекинути його іншому учаснику, назвавши при цьому спільну з ним рису». Спочатку *практикуму* ознаки схожості можуть бути зовнішні (колір волосся, ріст), потім – спільність інтересів в якійсь галузі; далі – спільність якостей та характеристик¹⁶⁶.

Практикум № 5. Розвиток соціальної перцепції «Асоціації та спостережливості» – 15 хв.

Мета практикуму: сприяти розвитку соціальної перцепції, спостережливості учасників групи

Хід проведення практикуму: один з учасників повертається спиною до групи. У цей час група загадує когось у колі. Учасник, повернувшись у коло, за допомогою трьох асоціацій повинен відгадати, кого загадала група. Для цього він запитує у будь-кого з групи: «З яким предметом (рослиною, твариною, явищем природи, книгою, предметом побуту тощо) асоціюється ця людина?». «Які зовнішні невидимі ознаки характеризують цю людину?». «Які саме несподівані асоціації цієї людини ви помітили?»¹⁶⁷.

? **Питання для обговорення:**

1. Поділіться вашими враженнями від цього *практикуму*.
2. Чи були такі асоціації, які стали для вас несподіваними?
3. Можете запитати учасників, чому саме такі асоціації вони вибрали для вас?

ТРЕНІНГОВЕ ЗАНЯТТЯ № 2:

ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК АСЕРТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ УЧАСНИКІВ ТРЕНІНГУ – 80 ХВ.

Практикум № 1. Обговорення домашнього завдання «два списки: самоставлення та очікування від оточення» – 15 хв.

Мета практикуму: навчитися визначати свої межі дозволеного, усвідомлюючи ставлення до самого себе та бажані очікування ставлень до себе з боку друзів і найближчого оточення (твій захист).

166. Остапенко М. Громадянська активність як основа формування громадянського суспільства. Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26831/14Ostapenko.pdf?sequence=1>

167. Навчальний посібник для тренерів у сфері підготовки молодіжних працівників / Міністерство молоді та спорту України, Представництво ООН в Україні, Державний інститут сімейної та молодіжної політики / О. Мурашкевич, І. Сущенко, К. Савчук, О. Юрик К.: ТОВ «Компанія ВАІТЕ», 2014. 213 с.

Хід проведення практикуму: скласти два списки – як ти хочеш, щоб поводитися з тобою (твій захист) і як ти хотів би ставитися до самого себе (твої межі дозволеного)¹⁶⁸.

Як я хочу, щоб ставилися до мене інші (мій захист)	Як я буду ставитися до самого себе (межі дозволеного)

У першій колонці напишіть, як би ви хотіли, щоб до вас ставилися інші, а у другій – як ти збираєшся ставитися до самого себе. Прокоментуйте та обґрунтуйте свої відповіді.

? *Питання для обговорення:*

1. Чи допомогли списки краще пізнати самих себе?
2. Чи сприяли коментарі, що надавалися до списків краще зрозуміти інших?
3. Як ваше самоствавлення впливає на розуміння власних меж дозволеного?
4. Що ви плануєте змінити у самоствавленні, власній поведінці, взаєминах з іншими, щоб оточуючі ставилися до вас саме так, як ви того хочете?

▶ Практикум № 2. Актуалізація знань у вигляді структурованого огляду через інформаційне повідомлення «Як навчитися бути асертивним?» – 15 Хв.

Мета практикуму: навчитися актуалізувати знання у вигляді структурованого огляду через інформаційне повідомлення «Як навчитися бути асертивним?».

Інформаційне повідомлення тренера: асертивність (англ. assertion) – це здатність людини: відстоювати свою точку зору, не порушуючи моральних прав іншої людини; оптимально реагувати на критику та уміти рішуче говорити собі та іншим «ні», якщо це дійсно так, або цього вимагають обставини. Асертивність дозволяє зробити свою поведінку гнучкою та дивергентною.

168. Навчальний посібник для тренерів у сфері підготовки молодіжних працівників / Міністерство молоді та спорту України, Представництво ООН в Україні, Державний інститут сімейної та молодіжної політики /О. Мурашкевич, І. Сущенко, К. Савчук, О. Юрик К.: ТОВ «Компанія ВАІТЕ», 2014. 213 с.

Тренер пропонує учасникам пригадати періоди їхнього життя, що були схожі на суцільну рутину. У зв'язку з цим, ви нічого не встигаєте, маєте виконати велику кількість різних справ, проте... У результаті – стрес, роздратування, незадоволення собою і своєю роботою. Багато обов'язків ми беремо на себе тільки через те, що не вміємо відмовити і сказати «ні». У такому разі життя перетворюється на хаос, оскільки з усіх сторін виникають термінові і невідкладні проблеми, які потребують негайного вирішення¹⁶⁹.

Необхідно кожен день зробити масу справ, задовольнити чийсь вимоги, завершити те, що було намічено кимось і так без кінця. Ми втрачаємо свою енергію і час, тому у нас залишається мало сил на те, про що ми найбільше повинні були б потурбуватися. Коли повсякденність занадто перевантажена, страждає наша нервова система, здатність радіти життю. Отож, необхідно навчитися говорити «ні», яке адекватно використовуючи, може служити життєвій творчості, оскільки очищає простір, у якому з'являється можливість сказати «так» тому, що цього заслуговує.

Наведемо приклад: «Подруга вже годину надокучає вам по телефону, хоча вам потрібно готуватися до завтрашнього важливого виступу на науковій конференції. Вам незручно припинити цю розмову, але чим далі продовжується розмова, тим більше ви усвідомлюєте, що підготовка до конференції переноситься на нічний час. Проте, не завадило б виспатися перед важливою подією в житті. Можливо, краще було б сказати подрузі: «Я буду рада завтра з тобою поспілкуватися після мого виступу, ми все обговоримо, а зараз, на жаль, доведеться припинити нашу розмову».

Перерва інформаційного повідомлення для обговорення ситуації.

❓ *Питання для обговорення:*

1. На вашу думку, тактично було б зробити так, як запропоновано в повідомленні? Прокоментуйте цей випадок, аргументуйте свої думки.
2. Наведіть інші подібні ситуації, коли вам приходилося відмовляти близьким або друзям у якійсь просьбі. Поясніть, як ви поступили в тому випадку і чому саме так?

Продовження інформаційного повідомлення тренера. Кожного разу, коли говорите «ні», пам'ятайте, чому або кому ви тим самим сказали «так». Наприклад, «так» – улюбленому заняттю, «так» – своєму внутрішньому спокою під час майбутньої розмови з тією ж подругою.

169. Посібник для тренера . Аста-Марія Кенней, Покотило Л. І., Голоцван О. А., Грищенко О. В., Івасівка З. М., Квашенко В. П., Сало Н. Й. Київ. 2010. 93 с.

Записуйте свої «ні» в одну колонку, а поруч з ними – в другу колонку, записуйте ті «так», за рахунок яких ви змогли чогось досягти в кінцевому результаті. В багатьох ситуаціях «ні» є кращим за «так»; проте, трапляється, що сказати впевнено «ні» не так вже й просто, але потрібно¹⁷⁰.

Завдання: Наведіть приклади подібних ситуацій та обґрунтуйте свої відповіді.

Практикум № 3. Мозковий штурм. «Чому нам важко сказати «ні»?» – 20 Хв.

Мета практикуму: навчитися усвідомлювати мотиви своєї невпевненої поведінки та казати «ні» у ситуаціях тиску з боку оточення

Хід проведення практикуму: спонукати учасників до того, щоб вони за допомогою мозкового штурму називали справжні причини невміння впевнено сказати «ні» у ситуації психологічного тиску з боку оточення, наприклад такі, як: «незручно; страх погіршити стосунки; небажання виглядати невдячним, невихованим; небажання почувати себе меншовартісним; страх залишитися самотнім, без друзів; небажання протистояти, вступати в конфлікт; невпевненість у власних переконаннях; незнання власних потреб, бажань, інтересів; незручність від того, що інші подумують: «Мені байдуже».

Варіанти відповідей записувати на дошці для візуалізації всієї групи.

Завершуючи обговорення, тренер ознайомлює учасників з **«Кодексом етики асертивної поведінки»:** *Ти маєш право:*

- на повагу з боку інших людей;
- самому вирішувати, що тобі необхідно;
- просити те, що тобі необхідно;
- мати свою думку;
- плакати у деяких ситуаціях;
- робити та виправляти свої помилки;
- сказати «ні» та не почувати себе винним за це;
- заявляти про свої потреби;
- встановлювати власні пріоритети;
- висловлювати свої почуття;
- висловлюватися на свою користь, не почувуючи себе егоїстом;
- змінювати свою раніше озвучену думку;
- не залежати від схвалення або несхвалення іншими людьми вашої думки або дії¹⁷¹.

170. Там само.

171. Грін М. Тренінг з кризових комунікацій [Електронний ресурс]. Режим

Заключне слово тренера: По мірі того, як ми вчимося висловлювати тверде «ні», відбуваються дивні речі. Наше «так» стає щирим. Якщо ми говоримо «так», то робимо це вже не із-за страху, не із-за ввічливості та не заради звички. Ми дійсно маємо на увазі те, що говоримо і твердо переконані в цьому. Це не будяк, а справжня квітка, що виросла в нашому саду дорослішання. А головне, що після цього, ваше оточення сприйматиме кожне ваше «ні» серйозно і з розумінням.

Конструктивній відмові можна навчитися, дотримуючись таких кроків¹⁷²:

Крок 1. З самого початку розмови займіть визначену позицію, не придумуйте «поважні» причини «на ходу», без обдумування.

Крок 2. Повторюйте своє «ні» знову і знову, без пояснення причин і без виправдовувань. Покажіть людям, що ви чуєте і розумієте їхні аргументи, але все одно говоріть «ні».

Крок 3. Якщо співрозмовник продовжує наполягати на своїй аргументації, то спробуйте зайняти іншу позицію і сказати йому: «Чому ти на мене тиснеш?»

Крок 4. У випадку продовження тиску, відмовтеся продовжувати розмову, озвучивши заяву: «Все. Я не хочу про це більше говорити».

Крок 5. На ваш розсуд, залежно від обставин конкретної ситуації, що склалася, ви можете запропонувати компромісне вирішення проблеми.

Модель впевненої поведінки передбачає, що людина відчуває реальну можливість впливати на поведінку іншого, знає про свою силу волі, ерудицію, обізнаність, тому вона доброзичлива і реалістично-впевнена. Тепер, кожного разу, коли це доцільно, говоріть тверде усвідомлене «так»: «Так, я буду брати участь у цих змаганнях. Це важливо для мене і моєї групи», «Так, я приберу в кімнаті. Мені дійсно подобається, коли навколо чистота і порядок». Натомість, сказавши комусь «ні», ви можете відчувати потребу у вибаченні або виправдовуванні; можливо, навіть обманюючи, тільки б не образити. Проте знайте, що насправді вибачення та обман – дратують більше, ніж проста відмова.

Просто скажіть «ні». Якщо потрібно, то коротко поясніть: «У мене зараз інша важлива справа». Проте, **не вважайте це за обов'язок;**

доступу: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/ua_crisis_communications.pdf.

172. Вчимося самотійності: навч.-метод. посіб. / За загал. ред.: Т. П. Спіріної; автор. кол.: Ю. М. Галустян, А. В. Каравай, А. Б. Кочарян, Т. Д. Мельник. К.: Видавництво ФОП Москаленко О. М., 2011. 214 с.

ви не повинні виправдовуватися перед співбесідником, за кожне сказане вами «ні». Важливо, щоб ви самі вірили, що воно виправдане. Отже, **для асертивної людини притаманними є такі характеристики:**

- людина вільно висловлює свої думки і почуття;
- уміє спілкуватися на всіх рівнях: з незнайомими людьми, друзями, сім'єю;
- спілкування завжди відкрите, чесне, пряме та адекватне;
- людина має активно-самостійну життєву позицію;
- людина добивається того, чого бажає, намагається вплинути на перебіг подій – на протидію пасивній особистості, яка вичікує, що станеться далі «саме по собі»;
- дії людини характеризуються самоповагою, розуміючи, що ситуація не завжди буває виграшною, така людина приймає деякі обмеження, але, незважаючи на це, намагається щось зробити, щоб не втратити шанс; вона підтримує свою самоповагу¹⁷³.

► **Практикум № 4. «Незакінчена казка» – 15 хв.**

Мета практикуму: навчитися визначати стиль поведінки та формувати вміння приймати адекватно-правильні рішення у ситуаціях психологічного тиску.

Інформаційне повідомлення. Тренер розповідає учасникам казку «Принцеса». «Жила на світі красуня Принцеса. Усе в її житті було казковим – королівство, багатство, любов батьків: Короля з Королевою і щасливе майбутнє. Але одного дня Принцеса закохалася у молодого Принца, а він у неї. Ось можна було б і закінчити казку, але насправді вона тільки починається.

Принц з Принцесою дуже кохали один одного, але батьки були проти їх одруження через незрілість віку. «От, мовляв, почекайте ще років п'ять, а там і побачимо». Одного разу, коли Принцеса сиділа зажурина біля вікна, в кімнату залетів голуб і приніс лист від Принца. Він вмовляв Принцесу втекти з ним у Далекі Далі, де вони разом могли б знайти своє щастя. «Буду чекати тебе на світанку коло нашого ставка, кохана» – такими словами завершив Принц свого листа. Зажурилася Принцеса ще більше: «Що ж робити, я так сильно кохаю Принца, що піду заради нього на самий відчайдушний крок, але тоді я втрачу довіру батьків, яких також дуже люблю». Довго думала Принцеса, але врешті решт знайшла вихід...» Яким, на вашу думку, було рішення Принцеси?

173. Посібник для тренера . Аста-Марія Кенней, Покотило Л. І., Голоцван О. А., Грищенко О. В., Івасівка З. М., Квашенко В. П., Сало Н. Й. Київ. 2010. 93 с.

Завдання практикуму: учасникам пропонується дописати казку. Описуючи вибір Принцеси, кожен з учасників керується власними життєвими принципами, пріоритетами, цінностями. **Чи згодні ви, що виконуючи це завдання, ви проектуєте зразок ситуації власного вибору?**

? **Питання для обговорення:**

1. Чи важко відмовити кращому другу викурити, наприклад, одну сигарету? Чому?

2. Чи зможете ви в подальшому використовувати досвід, відпрацьований на тренінгу, у разі негативного впливу з боку однолітків?

3. Чи вважаєте ви за необхідне формувати уміння приймати адекватно-правильні рішення, особливо у ситуаціях психологічного тиску?

► **Практикум № 5. Актуалізація знань у вигляді структурованого огляду через інформаційне повідомлення. «Як діяти у ситуаціях психологічного тиску» – 15 хв.**

Мета практикуму: актуалізувати наявні в учасників знання у вигляді структурованого огляду та виразити їх через *інформаційне* повідомлення

Хід проведення практикуму: Тренер ознайомлює учасників з тим «Як діяти у ситуаціях психологічного тиску?». Для цього¹⁷⁴:

Кожен учасник має оцінити, що відбувається і відповісти на такі запитання:

- в якій атмосфері ти знаходишся, де та з ким спілкуєшся?
- що роблять люди, які тебе оточують: шантажують, провокують, ображають словесно, погрожують фізично? Обґрунтуйте свою точку зору.
- як поведуть себе оточуючі: агресивно, доброзичливо, стримано, толерантно;
- як вони ставляться до того, що відбувається: засуджують, виправдовують, провокують конфлікт тощо.

1. Навчись довіряти своїм відчуттям: Твої очі та вуха можуть інформувати тебе про все, що відбувається навколо. Довіряй їм. Як тільки ти усвідомив, що відбувається навколо тебе, спитай себе: «Чи можу я примусити себе робити щось таке, чого не хочу робити, оскільки розумію, що це принижує мене і компрометує мою честь і гідність?»

174. Хан О. О. Треннг розвитку громадянського самовизначення та громадської активності молоді. Режим доступу: <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v6/i9/51.pdf>

2. Завжди подумай про наслідки свого рішення:

- як ти будеш почувати себе завтра?
- чи не пожалкуєш про прийняте рішення?
- чи не потрапиш у залежність або неволю?
- чи не підведеш товаришів, батьків, вчителів?
- чи не зашкодить це твоєму здоров'ю?
- чи не відчуватимуть розчарування люди, які піклуються про тебе?
- які негативні наслідки можуть бути?
- що позитивного ти вбачаєш у результаті твого вчинку?

3. Важливо прийняти рішення самостійно. Це означає прийняти виважене рішення, щодо того, що відбувається з тобою; з твоїми життєвими цінностями тощо. Зробити самостійне та остаточне рішення допоможуть твої чесні відповіді на такі запитання про можливі наслідки:

- чи переважають позитивні аргументи над негативними?;
- не приймай поспішних рішень, не будь самовпевненим, що нічого з тобою не станеться, якщо ти спробуєш один раз.

4. Зважай на те, як це може вплинути на твою самоповагу?

- яким чином твоє рішення може вплинути на відносини з: батьками, братами, сестрами, друзями?
- однозначно пам'ятай, що єдина людина, на яку це рішення вплине обов'язково – це ТИ САМ зі своєю думкою про себе.

5. Обов'язково скажи батькам про своє рішення, оскільки це єдині люди, які ніколи не зрадять і зрозуміють тебе. Це може бути дуже важко, але після цього завжди стає легше.

6. У будь-якому випадку, намагайся виглядати та діяти впевнено:

- навіть коли ти відчуваєш тривогу і страх, дивись прямо в очі людині, яка тебе провокує або принижує;
- говори твердо, коротко і ясно, спокійним голосом, не погрожуючи і не провокуючи конфлікт¹⁷⁵.

175. Грін М. Тренінг з кризових комунікацій [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/ua_crisis_communications.pdf.

ТРЕНІНГОВЕ ЗАНЯТТЯ № 3: ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК КОНСТРУКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

► **Практикум № 1. Актуалізація знань у вигляді структурованого огляду через «застосування «я-повідомлення» у спілкуванні» – 20 хв.**

Мета практикуму: Актуалізувати наявні знання у вигляді структурованого огляду через інформаційне повідомлення, що спрямоване на ознайомлення з можливістю використання комунікативної навички «Я-повідомлення» для ефективного спілкування

Хід проведення практикуму: Тренер описує конкретну ситуацію: Уявіть собі таку ситуацію: «Твоя подруга Оксана захоплюється твоїм смаком, їй подобається, як ти одягаєшся. Вона регулярно позичає в тебе одяг, але повертає брудним, із запахом сигаретного диму, декілька разів навіть його пропалювала і рвала. В Оксани все ще залишаються твої два джемperi, які вона позичила минулої зими, а схоже, повертати не збирається. Що ти відчуваєш з цього приводу?»¹⁷⁶.

Відповідь: «Якщо вона візьме на себе зобов'язання і буде відповідати за мій одяг, повертаючи чистим і в хорошому стані, тоді нехай користується моїм гардеробом. Вона повинна нести відповідальність за свої вчинки».

Отож, замість залякування, погроз, сарказму, образливих порівнянь, наказів, осуду, принижень, прізвиськ, благань мученика, злих пророцтв – **скажіть своє «Я»**. Запропонований нижче алгоритм «Я-повідомлення» допоможе висловити незадоволення діями опонента, поважаючи його гідність, через вираження ваших почуттів.

Логічна послідовність алгоритму така:

- 1) ОПИС ПОЧУТТЯ, пов'язаного з неприйнятною ситуацією;
- 2) ОПИС неприйнятної ПОВЕДІНКИ;
- 3) ЧИМ мені ЗАВАЖАЄ така поведінка;
- 4) Яким ПОТРЕБАМ поведінка не відповідає;
- 5) Зрозуміле і точно сформульоване ПОБАЖАННЯ щодо моїх очікувань.

Наведемо приклади ситуацій та прокоментуємо їх за алгоритмом «Я-повідомлення»:

176. Вчимося самостійності: навч.-метод. посіб. / За загал. ред.: Т. П. Спіріної; автор. кол.: Ю. М. Галустян, А. В. Каравай, А. Б. Кочарян, Т. Д. Мельник. К.: Видавництво ФОП Москаленко О. М., 2011. 214 с.

– мені неприємно (1), коли ти негативно висловлюєшся про мене за моєю спиною (2). Це погіршує наші довірливі стосунки (3). Мені важливо, щоб ти говорила безпосередньо мені, чим саме незадоволена (4).

– мене дратує (1), що ти так голосно включаєш музику (2) саме тоді, коли я вчу уроки (3). Давай домовимося, що у той час, коли я вчуся, ти будеш робити тихіше звук або слухати музику в навушниках (4).

– щоразу, коли ти приходиш на 10 хв. пізніше (2), ніж ми домовилися, я переживаю (1), що ми запізнимося у школу (3). Прошу, вчасно виходь з дому, щоб ми спокійно приходили на навчання (4).

Завдання: Наведіть інші ситуації, що траплялися з вами та висловіть своє незадоволення діями опонента, розібравши ситуацію за зразком поданим вище.

Практикум № 2. «Розвиток комунікативних навичок. Реалізації «я-повідомлення» – 25 хв.

Мета практикуму: розвинути комунікативні навички при застосуванні «Я-повідомлення»; навчитися долати конфлікти і труднощі; усвідомити складність вербалізації власних почуттів у «Я-повідомленні»

Хід проведення практикуму: за допомогою візуального контакту учасники об'єднуються в пари. Кожній парі тренер пропонує ознайомитися зі змістом змодельованої конфліктної ситуації та визначити ролі. Розігруючи дану ситуацію, одному з учасників потрібно звернутися до опонента, використовуючи такі «Я-повідомлення»:

1) сестра ніколи не прибирає за собою у вашій спільній кімнаті, а тобі це не подобається;

2) друг довго не віддає твій конспект, хоча він тобі дуже потрібний;

3) подруга, не порадившись з тобою, взяла квитки для вас двох у кінотеатр;

4) сестра завжди без дозволу користується твоїми парфумами;

5) подруга зневажливо ставиться до тебе як тільки у вашій компанії з'являються хлопці;

6) однокурсник постійно без твого дозволу бере зі столу твої речі для того, щоб тимчасово покористуватися;

7) людина, якій ти довіряєш, розповіла іншим про твою таємницю;

8) ти вже 20 хвилин чекаєш на морозі подругу, яка запізнюється на зустріч без вагомої причини;

9) однокурсник загубив твій диск, який ти дав йому послухати.

❓ *Питання для обговорення:*

1. У чому конкретно виникали труднощі комунікативних навичок при застосуванні «Я-повідомлення»?
2. Чому, на вашу думку, людині складно вербалізувати власні почуття у «Я-повідомленні»?
3. Як саме навичка «Я-повідомлення» впливатиме на ваше спілкування з однолітками?

► **Практикум № 3. Гра-активізація «координація спільних дій» – 15 хв.**

Мета практикуму: активізувати та навчити координувати діяльність учасників до розвитку навичок колективної згуртованості та умінь координувати спільні дії.

Хід проведення практикуму: Учасникам пропонується порахувати до десяти, але рахувати потрібно колективно; хтось говорить «один», хтось інший – «два» і так далі, але домовлятися про порядок рахунку не можна. Якщо наступне число називають одночасно дві людини, рахунок починається спочатку. Розмовляти в ході вправи забороняється. Тренер фіксує, до якого числа вдалося довести рахунок в кожну зі спроб¹⁷⁷.

❓ *Питання для обговорення:*

1. Чи вважаєте Ви необхідним активізацію розвитку групової згуртованості?
2. У чому причина того, що таке, на перший погляд, просте завдання не так просто виконати?
3. Чи вважаєте Ви, що уважність, відповідальність та уміння координувати спільні дії є запорукою будь-якої справи?
4. Що, на вашу думку, сприяло успішному виконанню вправи?
5. Як саме відчуття групової підтримки кожного з учасників допомагає ефективності роботи під час проведення тренінгу?

► **Практикум № 4. «Вербалізація почуттів» – 25 хв.**

Мета практикуму: навчитися усвідомлювати почуття, які виникають у людини, коли до неї звертаються з «Я- або Ти-повідомленням» та сприяють формуванню навичок адекватного реагування на почуття за допомогою використання «Я- або Ти-повідомлення»

Хід проведення практикуму: Кожен учасник може виразити свої почуття приблизно 3-5 членам групи, сформулювавши по відношенню до них спочатку «Ти-повідомлення», а потім «Я-повідомлення». Для

¹⁷⁷ Посібник для тренера . Аста-Марія Кенней, Покотило Л. І., Голоцван О. А., Грищенко О. В., Івасівка З. М., Квашенко В. П., Сало Н. Й. Київ. 2010. 93 с.

цього необхідно встати і підійти до людини, до якої звертаєшся. Спочатку формулюється «Ти-повідомлення», а потім те саме почуття виражається через «Я-повідомлення». Необхідно, щоб кожен учасник групи виразив хоча б одне позитивне й одне негативне почуття¹⁷⁸.

❓ *Питання для обговорення:*

1. Як було сформульовано «Ти-повідомлення»?
2. Чи важко було сформулювати «Я-повідомлення»?
3. Які почуття виникали, коли до вас зверталися з «Я-і Ти-повідомленнями?»
4. Як вам хотілося відповісти при кожному зверненні, а як хотілося діяти?
5. Яке з висловлювань сприяло побудові більш конструктивних взаємостосунків?
6. Як часто ви аналізуєте прийняття рішення відповідно до усвідомлення наслідків?
7. Які висновки ви можете зробити, після виконання цього практикуму?

Після обговорення учасники об'єднуються в пари. Перший учасник звинувачує в чомусь іншого, створюючи конфліктну ситуацію. Другий – реагує трьома різними способами: виправдовується і вибачається (позиція жертви); використовує «Ти-повідомлення» для звинувачення у відповідь; використовує «Я-повідомлення» за схемою. Потім учасники обмінюються ролями і вигадують нову ситуацію та варіанти рішень. Група аналізує побачене та почуте, використовуючи критерії відповідності поведінки, заявленої позиції, правильності використання прийому «Я-повідомлення».

Підведення підсумків:

1. Як ви вважаєте, чи були повчальними та корисними завдання цього тренінгу? Поясніть у чому саме.
2. Які практикуми вам особливо сподобалися, а які не сподобалися?
3. На вашу думку, чи варто проводити такі тренінги в подальшому?
4. Тренінги якого спрямування вас цікавлять більше, ніж інші.

178. Вправи для тренінгів: розминки-криголами [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://simshecon.com/wpcontent/uploads/2020/07/1e4d82e5c50b5b93206d88954808741c.pdf>

Список використаної літератури:

1. Чубук Р. В. Роль тренінгу як засобу підвищення емпатії у майбутніх соціальних працівників. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах: Збірник наук. праць / [ред.кол. А.В. Сущенко (голов. ред.) та ін.], Запоріжжя: КПУ, 2020. Вип. 70. С. 198-204. Т. 4.
2. Войчун О. В. Формування громадянської активності студентів університету засобами студентського самоврядування / О. В. Войчун. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук. 2020, 314 с.
3. Чубук Р. В. Роль тренінгу як засобу підвищення емпатії у майбутніх соціальних працівників. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах: Збірник наук. праць / [ред.кол. А.В. Сущенко (голов. ред.) та ін.], Запоріжжя: КПУ, 2020. Вип. 70. С. 198-204. Т. 4.
4. Вчимося самотійності: навч.-метод. посіб. / За загал. ред.: Т. П. Спіріної; автор. кол.: Ю. М. Галустян, А. В. Каравай, А. Б. Кочарян, Т. Д. Мельник. К.: Видавництво ФОП Москаленко О. М., 2011. 214 с.
5. Психолого-педагогічні умови виховання громадянської спрямованості в юнацькому віці / За заг. ред. М. Й. Боришевського. К.: Міленіум, 2004. 298 с.
6. Грін М. Тренінг з кризових комунікацій [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/ua_crisis_communications.pdf.
7. Громадянське суспільство – активність на користь громаді [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/uk/suspilstvo/inhaltsseiten/hintergrund/gromadjanskesuspilstvo-aktivnist-na-korist-gromadi.html?type=1000&no_cache=1.
8. Остапенко М. Громадянська активність як основа формування громадянського суспільства. Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26831/14Ostapenko.pdf?sequence=1>
9. Навчальний посібник для тренерів у сфері підготовки молодіжних працівників / Міністерство молоді та спорту України, Представництво ООН в Україні, Державний інститут сімейної та молодіжної політики / О. Мурашкевич, І. Сущенко, К. Савчук, О. Юрик К.: ТОВ «Компанія ВАІТЕ», 2014. 213 с.
10. Навчальний посібник для тренерів у сфері підготовки молодіжних працівників / Міністерство молоді та спорту України, Представництво ООН в Україні, Державний інститут сімейної та молодіжної політики / О. Мурашкевич, І. Сущенко, К. Савчук, О. Юрик К.: ТОВ «Компанія ВАІТЕ», 2014. 213 с.
11. Посібник для тренера . Аста-Марія Кенней, Покотило Л. І., Голоцван О. А., Грищенко О. В., Івасівка З. М., Квашенко В. П., Сало Н. Й. Київ. 2010. 93 с.
12. Посібник для тренера . Аста-Марія Кенней, Покотило Л. І., Голоцван О. А., Грищенко О. В., Івасівка З. М., Квашенко В. П., Сало Н. Й. Київ. 2010. 93 с.
13. Грін М. Тренінг з кризових комунікацій [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/ua_crisis_communications.pdf.
14. Вчимося самотійності: навч.-метод. посіб. / За загал. ред.: Т. П. Спіріної; автор. кол.: Ю. М. Галустян, А. В. Каравай, А. Б. Кочарян, Т. Д. Мельник. К.: Видавництво ФОП Москаленко О. М., 2011. 214 с.

15. Посібник для тренера . Аста-Марія Кенней, Покотило Л. І., Голоцван О. А., Грищенко О. В., Івасівка З. М., Кващенко В. П., Сало Н. Й. Київ. 2010. 93 с.
16. Хан О. О. Треннг розвитку громадянського самовизначення та громадської активності молоді. Режим доступу: <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v6/i9/51.pdf>
17. Грін М. Тренінг з кризових комунікацій [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/ua_crisis_communications.pdf.
18. Вчимося самостійності: навч.-метод. посіб. / За загал. ред.: Т. П. Спіріної; автор. кол.: Ю. М. Галустян, А. В. Каравай, А. Б. Кочарян, Т. Д. Мельник. К.: Видавництво ФОП Москаленко О. М., 2011. 214 с.
19. Посібник для тренера . Аста-Марія Кенней, Покотило Л. І., Голоцван О. А., Грищенко О. В., Івасівка З. М., Кващенко В. П., Сало Н. Й. Київ. 2010. 93 с.
20. Вправи для тренінгів: розминки-криголами [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://simshecon.com/wpcontent/uploads/2020/07/1e4d82e5c50b5b93206d88954808741c.pdf>.

ТРЕНІНГОВИЙ ПОСІБНИК

ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ ДО РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Під загальною редакцією
проф. Ю. В. Палагнюк, Т. В. Лушагіної

Формат 64x90/8.
Ум. друк. арк. – 9,5
Наклад 28 пр.
Зам. № 1-06/21

Виготовлювач:
ТОВ «ВПЦ «Прінтекс»
54030, м. Миколаїв, вул. Шевченка, 14
тел. (0512) 47-74-48

Видавець:
ФОП Ємельянова Т. В.
54030, м. Миколаїв, вул. Шевченка, 14
тел. (0512) 47-74-48
e-mail: printex_nik@ukr.net
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 6167 від 03.05.2018