

На Всеукраїнський конкурс авторських програм практичних психологів
і соціальних педагогів «Нові технології у новій школі»

Профілактична програма

«Я ПРОФІ У МЕДІАСВІТІ»

(Психологічний супровід соціокультурного становлення особистості школяра у
медіапросторі)

Автор:

Лабузько Володимир Григорович

Практичний психолог

Безуглівського ліцею

Талалаївської сільської ради

Ніжинського району Чернігівської
області

Чернігів – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи програми.....	5
1.1. Соціокультурний розвиток – медіасередовище – емоційний інтелект – медіапросьюмеризм (Медіапросьюмеризм як новий рівень соціокультурного становлення особистості в медіасередовищі та роль емоційного інтелекту в його формуванні).....	5
РОЗДІЛ 2. Впровадження програми.....	15
2.1. Пояснювальна записка.....	15
2.2. Науково-методичне обґрунтування програми.....	17
2.3. Первинна діагностика (констатуючий експеримент).....	23
2.4. Структура та зміст програми.....	32
Заняття 1 «Медіаграмотність та емоційний інтелект в сучасному інформаційному суспільстві».....	42
Заняття 2 «Управляй емоціями – володій ситуацією».....	48
Заняття 3 «Управляй емоціями – володій ситуацією №2».....	55
Заняття 4 «Роль емоцій у міжособистісній сфері».....	64
Заняття 5 «Емоційний інтелект для управління поведінкою імпульсами, боротьби зі стресом».....	71
Заняття 6 «Медіаграмотність як моя суперсила №1».....	82
Заняття 7 «Медіаграмотність як моя суперсила №2».....	94
Заняття 8 «На шляху до змін. Рефлексія досвіду».....	103
2.5. Повторна діагностика.....	111
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	115
ДОДАТКИ.....	119

ВСТУП

Учень у Новій українській школі - це майбутній забудовник сильної та процвітаючої країни у майбутньому, це, здорова (фізично, соціально, психічно та психологічно) особистість, здатна у повній мірі реалізовувати власні потенціали, соціально активна особистість, глибоко вмотивована до саморозвитку і самореалізації, компетентна, та така, що відповідає викликам сучасності. Тому розвиток компетентностей покладено в основу нової концепції освіти.

Наслідком опанування здобувачами освіти ключовими компетентностями є усвідомленість власного буття, самоприйняття та прийняття інших, з рештою, самостійність особистості учня – у навчанні, спілкуванні, відносинах, виборах, рішеннях, діях.

Проте освітнє середовище є не єдиним агентом соціалізації школярів. Великого впливу на розвиток та становлення особистості здобувача освіти завдають сім'я, громадські організації, вулиця, ЗМК. Останнє десятиліття знаменується посиленням впливу саме віртуального медіапростору на розвиток підростаючого покоління. Уже ні у кого не викликає запитань твердження про те, що сучасні соціальні мережі стали агентом соціалізації молоді.

Згідно з останніми даними, загальна чисельність інтернет-користувачів у світі досягла 4,8 млрд осіб, що становить близько 63% від загальної кількості світового населення [29]. Зауважимо, що переважну частину інтернет-трафіку займає саме користування соціальними мережами. У соціальних мережах людині надаються нові унікальні можливості перебування в особливій соціокультурній реальності та засвоєння нових знань і норм. Соціальні інтернет-мережі виступають у якості засобів загальної комунікації та утворюють фундамент ціннісних соціальних зв'язків [3].

Відповідно, можна говорити, що соціокультурний розвиток особистості зараз включає процеси освоєння та інтеріоризації обох реальностей – об'єктивної дійсності, у якій ми всі фізично перебуваємо, та віртуальної – де розвивається наша цифрова

особистість. Оскільки людина завжди залишається психічною цілісністю, її обидві активності (віртуальна та реальна) впливають на розвиток особистості, її соціалізацію.

У такому випадку школі доводиться конкурувати з потужним механізмом процесів глобалізації комунікації, віртуалізації масових взаємодій і обміну досвідом, кроскультурних взаємопроникнень, віртуальних маніпуляцій та спрямованого впливу на свідомість людини в інформаційному суспільстві.

За такої ситуації повинен впроваджуватися досвід навчання молоді умінню бути суб'єктом медіапростору, а не об'єктом маніпуляцій. Суб'єктність, у даному випадку, характеризує рівень медіакультури особистості, медіаграмотності, віртуальну проактивність. Такий рівень поміркованої інтеграції до медіапростору і діяльності в ньому можна назвати терміном – медіапросьюмеризм.

У цьому контексті серед спільних для усіх компетентностей НУШ умінь найбільшої уваги, з точки зору психології, заслуговують наявність критичного мислення та уміння застосовувати емоційний інтелект при вирішенні навчальних та життєвих задач.

Вирішення питання формування якостей медіапросьюмера вимагає об'єднання зусиль психологічного, педагогічного та соціологічного знання. Адже ми маємо справу з новим динамічним потужним та, вже глибоко інтегрованим до нашого суспільного і особистого життя утворенням, яке зміщує акценти класичних знань про соціокультурний розвиток особистості.

У цьому контексті нас і зацікавила можливість долучитися до виявлення механізмів та розвитку компетентностей особистості, яка може гармонійно розвиватися та соціалізуватися на перетині двох світів – віртуального та реального.

На нашу думку, саме розвиток емоційного інтелекту, медіаграмотності, зрілих уявлень про соціальну успішність буде сприяти встановленню збалансованого стилю медіаспоживання – медіапросьюмеризму, а відтак, і формуванню цілісної, соціально компетентної, здатної до критичного мислення особистості.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОГРАМИ

1.1. Соціокультурний розвиток – медіасередовище – емоційний інтелект – медіапросьюмеризм.

(Медіапросьюмеризм як новий рівень соціокультурного становлення особистості в медіасередовищі та роль емоційного інтелекту в його формуванні)

Перехід, у майбутньому, Всесвітнього павутиння до нової стадії веб-3.0 та створення Метавсесвітів, буде неухильно сприяти злиттю реального й віртуального життя кожного члена суспільства, створюючи таким чином абсолютно нову якість розуміння поняття «Інформаційне суспільство». У такому контексті вивчення впливу медіасередовища, яке останнім часом змістилося саме до мережі Інтернет, на соціокультурне становлення підростаючого покоління є надзвичайно актуальним.

Соціокультурне становлення особистості – це процес входження людини в культуру [13], розвиток усіх її сфер, становлення як суб'єкта культури та соціальних відносин. Цей процес є необхідною умовою для формування зрілої проактивної особистості, повноцінного члена суспільства.

Аналіз літератури (Л. Виготський, А. Леонтьєв, Т. Кудрявцев, Л. Коломійченко, Л. Шабатура та ін.) дозволяє виділити основні механізми соціокультурного розвитку. Серед них: наслідування, свідоме чи підсвідоме відтворення суб'єктом моделі поведінки інших; інкультурація (входження особи до культури); процес ідентифікації, що виявляється у прийнятті соціальної ролі під час входження в певну групу та усвідомлення групової приналежності [23].

Всі три механізми у сучасному світі забезпечуються, у тому числі, медіасередовищем. Воно містить велику кількість платформ для трансляції аудіо-візуального контенту та комунікації. Найбільш популярна серед молоді наразі сфера блогінгу у соціальних мережах.

Блогосфера являє собою комунікативний простір, який формують користувачі блогів: автори та коментатори [1]. Важливою її особливістю є те, що вона об'єднує людей всього світу, даючи можливість міжкультурної, масової та міжособистісної комунікації.

Вона дає можливість користувачу виразити свої думки та емоції (експресивна функція); реалізувати таланти та здібності (функція самореалізації); блогери створюють власну віртуальну культуру, зразки, цінності та норми (культуротворча функція); у блогосфері користувачами здійснюється задоволення їх потреб у інформації (інформаційна функція).

Окрім цього блогосферу використовують для накопичення соціального капіталу (кожен блогер формує навколо себе соціальне коло з інших користувачів); як плацдарм для випробувань технологій впливу (рекламні та політичні тощо) та формування громадської думки (під час обговорення у блогосфері актуальних подій та проблем формується громадська думка); презентації політичних, громадських, комерційних організацій [1, с. 120 – 121].

Блогосфера в соціальних мережах забезпечує соціальну інклюзивність надаючи юнакам та молоді відчуття приналежності до певних спільнот. Коли користувачі захоплені й емоційно прихильні до блогерів, вони починають відчувати фактор близькості та стають прихильниками й наслідувачами інфлюенсерів [9].

Блогери дають своїм фоловерам відповіді на питання дорослішання та особистого самовизначення, що сприяє формуванню в юнаків та молоді відповідної картини світу.

На шляху до власного успіху та популярності блогер чинить дуже важливу культуротворчу функцію, формуючи у підлітків та юнаків зразки поведінки, цінності та норми, які молоді люди переносять з віртуального життя до реального. Отже блогосфера у соціальних мережах є фактором соціокультурного становлення особистості у медіасередовищі.

Процес входження до блогосфери молоді людини забезпечується вимогами часу та доступністю пристроїв і мереж комунікації. Завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних засобів у сучасного підлітка з'явилася можливість вибору споживання інформації, що метафорично відображає концепція трьох «А»: «Anything, Anywhere, Anytime». В перекладі це звучить як «будь-який контент в будь-якому місці і в будь-який час» [12, с. 121]. Сьогодні медіаспоживач знаходиться під впливом щоденного безперервного, об'ємного і неструктурованого потоку різноманітних даних.

Тому постійне перебування в мережі загрожує перетворенню потенційно позитивного комунікативного простору соціальних мереж на платформу для «споживацтва» контенту. При такому виді включеності до медіапростору особиста активність користувача Інтернету знижується, зменшується здатність чинити опір дезінформації, поширенню гедоністичних цінностей, спостерігається вимкнення здатності до критичної оцінки ситуації.

Така ситуація є наслідком дисфункцій сфери блогінгу, її латентного впливу на користувачів соціальних мереж. Саме через низьку контрольованість, доступність та легке поширення серед користувачів Інтернету, блогосфера привносить в соціальний простір наступні тенденції, а саме:

1. Профанація проблем та поширення дезінформації. Користувачі блогосфери часто обговорюють предметні сфери, в яких вони не є компетентними. Внаслідок цього відбувається викривлення інформації та не коректне формування громадської думки; **2. Безсилля правових норм у регуляції поведінки блогерів щодо їх протиправної поведінки.** [1, с. 122]; **3. Поширення безвідповідального способу життя, пропагування культури споживацтва.** Блогери або, так звані, «лідери думок» часто порушують закони, популяризують вживання психоактивних речовин, сумнівний контент, «легке» життя, поширюють культ нерозумного споживацтва; **4. Зменшення авторитету фахівців.** Блогери не є експертами, однак їхня думка інколи є важливішою за думку спеціалістів; **5. Псевдоінтелектуальність.** Часто блогери не мають

відповідної освіти і знань. А їх висловлювання підтверджені лише власною думкою. Проте, завдяки популярності, думка, озвучена блогером, стає думкою, яку підтримують їх підписники. У такий спосіб серед молоді поширюється уявлення, що, навіть не навчаючись, можна розбиратися в природі явищ, бути впевненим у своїй правоті, не розуміючи фактів. Все це підвищує популярність фейкової освідченості та псевдокультурності, що, звичайно, чинить негативний соціалізаційний вплив на підростаюче покоління [28]; **6. Маніпулювання громадською думкою.** Блог може ставати об'єктом маніпулювання громадською думкою через розгортання дискусій, створення віртуальних конфліктів, наслідки яких можуть бути цілком реальними. [10, с. 45].

Тож Інтернет, створений, передусім, для продуктивного спілкування, навчання, особистісного зростання поступово перетворюється на сукупність медіаплатформ наповнених розважальним контентом, псевдоправдивими пабліками, які продукують симулякри, формуючи в свідомості конкретного споживача викривлені ідеї, цінності, думки. На цій основі формується спрощене розуміння реальності, гедоністичні цінності та особистісна пасивність серед населення. Тому більшість людей використовують блогосферу в соціальних мережах для власного дозвілля. Таким чином споглядання стрічки новин, нових відео улюблених та рекомендованих блогерів займає значну частину життя молоді. Це формує відповідний тип медіаспоживання, взаємодії в мережі, накладає відбиток на соціокультурний розвиток особистості.

Сучасна дослідниця Т. Єжижанська у своїй статті «Особливості медіаспоживання в сучасних медіакомунікаціях» робить висновок, що люди, опиняючись в медіапросторі, не докладають ні сили критичного аналізу, ні розумових зусиль для осмислення і структурування інформації, що має негативні наслідки для розвитку особистості молоді [4].

Дослідниця наголошує, що однією з теорій пояснення таких тенденцій медіаспоживання є концепція «мозаїчної культури», сформульована французьким соціопсихологом Абраамом Моєм. Він стверджує, що «мозаїчна культура»

характеризується випадковим, хаотичним сприйняттям різноманітної інформації, в результаті чого ця інформація не організовується свідомістю суб'єкта в ієрархічні впорядковані структури, а складається «із розрізнених уривків, пов'язаних простими, суто випадковими відносинами близькості за часом засвоєння, за співзвучністю або асоціацією ідей» [19, с. 42-43]. Мозаїчна культура сприймається людиною майже мимоволі, у вигляді фрагментів, які вихоплюються із потоку повідомлень, представлених в медіа. Таким чином, свідомість осягаючи інформацію, стає обривистою і фрагментарною.

Ще одна концепція, що пояснює негативні тенденції медіаспоживання є теорія «кліпового мислення». Цей термін з'явився в середині 1990-х років і спочатку означав особливість людини сприймати світ через короткі яскраві образи і повідомлення теленовин чи відеокліпів [4]. Семеновських Т. визначає «кліпове мислення» як процес відображення великої кількості властивостей об'єктів, без врахування конкретних зв'язків між ними, що характеризуються фрагментарністю інформаційного потоку, алогічністю, повною різнобічністю інформації, високою швидкістю переключення між частинами, фрагментами сприйнятої інформації, відсутністю цілісної картини оточуючого світу [22].

Більшість авторів зосереджують свою увагу на тому, що кліпова культура спрямована не на раціональне осмислення, а на навіювання стійких смислів за допомогою надмірного завантаження інформаційно-комунікативного простору «різноманітними постановками» візуальних ефектів, за допомогою яких реалізуються соціальні проекти в різних сферах життєдіяльності особистості [26, с. 22]. Так, людина, не осмисливши одну тему, переходить до споживання іншої, зникає до постійної зміни повідомлень і світ перетворюється в калейдоскоп розрізнених фактів і уламків інформації.

Зауважимо, що за таким принципом працюють усі додатки соціальних мереж (Facebook, Instagram, Tik-Tok і ін.), де споживач гортає стрічку новин, або переглядає постійно змінюючісь короткі відеоісторії. Тобто самі соціальні мережі, блоги, що їх

наповнюють, з самого малечку формують кліпове мислення та кліпову культуру (культуру поверхового сприйняття та поверхового мислення).

Висновки, пов'язані з теоріями мозаїчної культури та кліпового мислення, на нашу думку, тісно переплітаються з поняттям «інформаційного консьюмеризму», про яке говорить А. Ільїн при висвітленні явища «суспільства споживання». Автор стверджує, що людина не здатна якісно обробляти величезну кількість продукрованої в мережі інформації. Надвисока частота комунікативних зв'язків не дозволяє глибоко проникати в те, що відбувається, не включаючи критичне мислення, «ковзаючи» від однієї новини до іншої. Науковець пише: «Свідомість ковзає по поверхні культури: споглядання замість усвідомлення, поверхнєве споживання замість поглибленого осмислення» [7, с. 26]. Внаслідок цього формується явище «ковзаючого консьюмеризму», коли річ, інформація, подія сприймаються як одноразові, особа постійно переключається між інфоприводами, сприймання залишається на рівні поверховості, а знання залишається без структури.

У цьому контексті важливо наголосити на відмінностях у способах медіаспоживання різними людьми, адже представниками так званого «ковзаючого консьюмеризму» стає тільки частина людської спільноти.

Крайнікова Т. у своїй монографії «Культура медіаспоживання в Україні: актуальний стан і механізми формування» виділяє три типи культури медіаспоживання: медіаконсьюмеризм, медіапросьюмеризм та перехідний тип. У першому випадку йдеться про некомпетентне медіаспоживання, що характеризується спрощеністю інформаційних потреб та інтересів, обмеженістю споживчого вибору, афективністю рецепції текстів, пасивністю в контактах із медіа, неспроможністю протистояти їм як системі знаків, кодів, міфів, нездатністю декодувати їх повідомлення та продукувати власні, розважальними стратегіями медіаповедінки, послабленням комунікаційних зв'язків. Натомість медіапросьюмеризм – тип культури медіаспоживання, що виявляється в здатності осмислено вибирати, оцінювати й декодувати медіапродукти, опановувати інформаційні технології й самостійно виробляти повідомлення,

підтримувати діалог із редакціями ЗМІ (якими є блогери. Прим. Авт.) та впливати на їхні концепції. Перехідний тип культури медіаспоживання – поєднання різноманітних констеляцій некомпетентного й компетентного медіаспоживання. Як правило, це споживачі, які демонструють різнорівневість інформаційних потреб та інтересів, еклектичність смаків, оцінок та цінностей, активно-пасивну медіаповедінку, нестабільність її рефлексії, середній рівень розвиненості навичок і умінь, пов'язаних із творенням і поширенням інформації [11, с. 122].

У зв'язку з цим, постає питання розвитку культури медіаспоживання та медіакомпетентності серед підростаючого покоління в умовах українських реалій. Даний процес розглядається нами як важлива складова формування цілісної соціально активної особистості. Адже медіаграмотний споживач, який володіє важливими соціальними навичками, не дозволяє інформаційному простору «відформатувати» свою психіку та моделі поведінки; не дозволяє маніпулювати собою, критично сприймає інформацію й впливає на неї; обирає якісну й корисну медіапродукцію має набагато більше шансів до гармонійного розвитку та соціального успіху [12, с. 121].

Виходячи з вищеописаного, однією з детермінант формування поміркованого медіаспоживання є наявність у особи соціально-психологічних компетентностей, на основі яких має розвиватися медіакомпетентність та культура споживання медіа.

Фактором розвитку соціальних компетентностей (в тому числі медіакомпетентності) є емоційний інтелект. Як складова соціальної компетентності емоційний інтелект забезпечує здатність особи до критичного осмислення медіаконтенту. Тому саме емоційний інтелект визначається нами як передумова розвитку медіапросьюмеризму та медіаграмотності підростаючого покоління.

Термін «емоційний інтелект» є досить новим. Поєднання здібностей, які допомагають нам продуктивно взаємодіяти з іншими, розуміючи, інтерпретуючи і контролюючи власні емоції та емоції інших людей, назване «емоційним інтелектом» (EQ) [21, с. 57]. Перші публікації з даного питання належать Г. Гарднеру, Дж. Мейеру і П.Селловею. Поняття емоційний інтелект з'явилося у перебігу в психологічній

літературі із виходом у світ відомої монографії Говарда Гарднера «Frames of mind» у 1983 р. У ній автор висловив припущення, що існує не один єдиний тип інтелекту, а достатньо широкий спектр підвидів, куди входять сім основних варіантів (вербальний, логіко-математичний, просторовий, кінестичний, музичний та емоційний) [20]. Емоційний вид дослідник розділив на внутрішньоособистісний і міжособистісний. Міжособистісний інтелект характеризує вміння людини взаємодіяти з іншими людьми, а внутрішньоособистісний – передбачає її здатність до самореалізації у житті, самомотивації на активну діяльність та досягнення успіху [14, с. 120].

Згідно вдосконаленої моделі Д. Карузо, Дж. Мейєра, П. Селловея, емоційний інтелект включає в себе наступні ментальні здібності:

1. Усвідомлення людиною власних емоцій і переживань дає можливість зрозуміти їх походження і краще з ними впоратись.

2. Регулювання емоцій. Управління власними емоціями виявляється у вигляді зусиль заспокоїти себе, позбавитись тривожного стану, суму, або роздратованості.

3. Здатність мотивувати себе до діяльності реалізується у зусиллях людини спрямувати власні емоції на користь досягнення мети, самомотивування до нових досягнень, творчості. Тут важливим мотиваційним компонентом є самоконтроль як вміння відкладати отримання миттєвого задоволення заради досягнення більш значущої віддаленої мети.

4. Розпізнавання та розуміння емоцій, що виникають в інших людей. Ця здібність реалізується у виявленні емпатії. Люди, здатні до цього, є більш чутливими до соціальних проявів і враховують переживання оточуючих.

5. Уміння підтримувати доброзичливі відносини з оточуючими – дуже цінна соціальна навичка, що реалізується у здатності особи впоратися з емоціями, які виникають при взаємодії з іншими людьми [14].

Наявність у особистості таких здібностей, зазначає Деніел Гоулдмен, дає можливість стверджувати, що емоційна компетентність для успішності особистості удвічі важливіша, ніж просто когнітивні здібності. Науковець розглядає емоційний

інтелект як здатність усвідомлювати власні почуття, почуття інших людей, мотивувати себе та інших, управляти емоціями як наодинці, так і відносно інших. Згідно з концепцією Д. Гоулмена, EQ вираховується як сума показників семи здібностей: самоусвідомлення, самомотивування, стійкість до фрустрації, контроль за імпульсами, регуляція настрою, емпатія, оптимізм. Якщо IQ є предиктором академічної успішності, то рівень EQ дозволяє говорити про ймовірність життєвого успіху [13, с. 342].

Процес функціонування емоційного інтелекту можна описати наступним чином: на когнітивному рівні функціонування емоційного інтелекту відбувається прийом, переробка та систематизація емоційної інформації, на емоційному – визначаються особливості емоційних реагувань людини, а на поведінковому – застосування емоційних знань на практиці. Ю. Бреус зазначає, що саме за таким механізмом формуються емоційні компетенції, які забезпечують здатність розуміти власні емоції та емоції інших, вміння адекватно проявляти емоційне ставлення до ситуацій, інших людей, передбачають продуктивну взаємодію і психологічну гнучкість у стосунках з іншими, формують емоційний досвід людини. Досвід проживання емоцій, на думку автора, є основою функціонування емоційного інтелекту і проявляється на трьох рівнях: когнітивному (сприяє розвитку емоційної обізнаності), емоційному (дає можливості емоційного реагування відповідно до внутрішніх та зовнішніх чинників) та поведінковому (розширює адаптивний репертуар поведінки людини в емоціогенних ситуаціях) [2]. Отже, як бачимо, концепція емоційного інтелекту може розумітися як поєднання розумових і особистісних рис, притаманних кожній особі.

Таким чином резюмуємо, що емоційний інтелект є основою для розвитку соціально-психологічних компетентностей особистості. Люди з високим рівнем емоційного інтелекту добре розуміють власні емоції і почуття інших людей, можуть ефективно керувати своєю емоційною сферою, тому в суспільстві їхня поведінка більш адаптивна, вони легше досягають своїх цілей у взаємодії з оточуючими. Недостатність емоційної компетентності співвідноситься з проблемною поведінкою (агресією, високим рівнем особистісної тривожності, інтернет-залежністю) [18].

На основі вище викладеного аналізу можна стверджувати, що шлях від медіаконсьюмера до медіапросьюмера полягає у розвитку базових соціальних компетентностей, зокрема емоційного інтелекту. Адже високий рівень такого утворення сприяє розвитку організаторських здібностей, стресозахисної та адаптивної функцій, самомотивації, опору негативному афективному впливу, в тому числі і медійному. Емоційний інтелект являється тим потенціалом, який стане основою для забезпечення розвитку медіакомпетентностей особистості через впровадження медіаосвітніх та медіапросвітницьких технологій, що забезпечить наявність балансу розвитку особистості у соціокультурному просторі віртуального медіавсесвіту та реального життя молоді.

РОЗДІЛ 2. ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМИ

2.1. Пояснювальна записка

Супровід соціокультурного розвитку особистості підлітка та юнака у сучасному інформаційному суспільстві має бути пріоритетною задачею педагогічного колективу навчального закладу. Адже в цей період формуються цінності, установки, уявлення, спрямованість особистості, відбувається інтеріоризація головних конструктів суспільної свідомості та інкультурація на різних рівнях. Внаслідок цього вибудовується індивідуальний орнамент особистості – унікальний та неповторний образ людського існування, що задає вектор майбутнього життєвого шляху особистості. Одним з головних інструментів цього процесу є взаємодія молодшої людини з джерелами досвіду: сім'я, ближче оточення, освітній заклад, громадські організації, стихійні об'єднання, медіасередовище. Саме останнє виступає могутнім агентом соціалізаційних процесів. Сучасні діти та молодь взаємодіють як в реальному так і віртуальному світі, що накладає свій відбиток на їх соціокультурне становлення. Віртуальні взаємодії та віртуальне життя особистості дуже важко контролювати та здійснювати вплив на смаки та уподобання споживаного контенту і мережі. Саме тому цілеспрямована діяльність дорослих зосереджена на оволодінні особистістю в підлітковому і юнацькому віці індивідуальними стратегіями безпечного медіаспоживання є одним з головних завдань сучасної освіти.

Педагоги повинні мати інструменти, які можна впроваджувати в освітньому процесі задля підвищення медіаграмотності та розвитку медіакультури на основі становлення у здобувачів освіти медіакомпетентностей життя у віртуальному середовищі (інтернет-портали, пабліки, соціальні мережі, блоги тощо). Ці

компетентності передбачають набуття людиною такого рівня соціальних навичок і рефлексивності, який би дозволив ефективно і безпечно використовувати медіаджерела для задоволення власних потреб. Проактивність та зрілість у взаємодії з медіасередовищем ми називаємо медіапросьюмеризм. Дана якість особистості є найвищим рівнем суб'єктності в мережі. Її розвиток багато в чому залежить від емоційного інтелекту особи.

Як ми знаємо, емоційний інтелект є складовою соціального інтелекту та безпосередньо відповідає за розвиток і формування соціальних навичок та компетентностей, необхідних для досягнення соціального успіху. Тож медіакомпетентність також залежить від стану емоційного інтелекту.

Важливо наголосити, що емоційний інтелект – це здатність, якій можна навчатися. Відповідно розвиваючи у дітей та молоді складові емоційного інтелекту та навички медіакомпетентної особистості можна оптимізувати соціокультурне становлення особистості при взаємодії з різноманітними платформами медіасередовища.

Педагоги мають стати одними з тих людей, які закладуть фундамент медіапросьюмеризму у підростаючого покоління, чим забезпечать баланс соціокультурного впливу на особистість дитини віртуального та реального світів.

2.2. Науково-методичне обґрунтування програми

Стрімке поширення соціальних мереж та блогосфери, доступність інтернету значно збільшили аудиторію користування ними і змінили роль медіасередовища в житті людини. Мережа є привабливим простором для молодого покоління. Вона вплітається в його повсякденну діяльність та справляє вплив на соціокультурний розвиток. В житті підлітка та юнака стрімко зростає роль медіаспоживання та віртуальних взаємодій. Розвиток особистості дитини знаходиться на межі двох світів – віртуального на реального. Почасти перебування в мережі формує пасивність, інертність особистості, закладає хибні цінності, уявлення про світоустрій та продукує картину світу відмінну від дійсності. Такий негативний вплив має бути мінімізований. Підлітки та молодь мають віднайти баланс між медіасередовищем та реальним життям, зробивши своє перебування у мережі безпечним і усвідомленим. Цей баланс має бути результатом розвитку низки соціальних компетентностей, формування високого рівня медіакультури, що в сукупності складе портрет поміркованого споживача у медіасвіті та повноцінного суб'єкта соціальних мереж та медіаплатформ – медіапросьюмера. Головними навичками та вміннями медіапросьюмера будуть: здатність до критичного мислення, медіаграмотність, та вміння застосовувати емоційний інтелект при вирішенні навчальних та життєвих задач.

Науковцями доведено, що емоційний інтелект є основою для розуміння соціальних процесів та взаємодій, розвитку особистості в соціальному середовищі та успішного освоєння соціальними компетентностями. Всі ці здібності необхідні для успішної інтеграції до медіасвіту, суб'єктності соціального життя у віртуальному світі.

Автори оригінальної концепції емоційного інтелекту Д. Карузо, Дж. Мейер, П. Селловей визначають «емоційний інтелект» як групу ментальних здібностей, які сприяють усвідомленню і розумінню власних емоцій та емоцій оточуючих, допомагають розрізняти їх і використовувати цю інформацію для управління мисленням і діями [17, с. 241]. EQ охоплює всі здібності, а також знання й компетентності, що дають людині можливість успішно вирішувати життєві завдання. Це дає нам змогу виокремити п'ять сфер компетенцій емоційного інтелекту, кожній з яких притаманні специфічні навички, серед яких: внутрішньоособистісна сфера (самоаналіз, асертивність, незалежність, самоповага, самореалізація); міжособистісна сфера (емпатія, соціальна відповідальність, міжособистісні стосунки); адаптивність (уміння вирішувати проблеми, реалістичність в оцінці дійсності, гнучкість); управління стресом (толерантність до стресу, контроль над імпульсами); загальний настрій (оптимізм, щастя). Така модель емоційного інтелекту тісно пов'язана з адаптацією до реального життя, а саме поняття розуміється як комплекс навичок, які можна формувати й розвивати [15, с. 241]. Відповідно теза щодо важливості емоційного інтелекту для соціокультурного становлення особистості є беззаперечною і може бути застосована до оптимізації віртуальних взаємодій підростаючого покоління.

Розвиток критичного мислення сприяє продуктивному досягненню аудіовізуальних повідомлень у мережі, ухваленню усвідомлених та незалежних від зовнішніх мережевих впливів рішень. Таким чином, для розвитку суб'єктності користувачів мережі критичне мислення є одним з найнеобхідніших елементів.

Ще однією складовою успішного соціокультурного розвитку в медіасередовищі є наявність медіаграмотності, як передумови медіапросьюмеризму. Медіаграмотність забезпечує користувачу вміння виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції – розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують [6].

Медіаграмотна особистість здатна розуміти й аналізувати складні процеси функціонування медіа в суспільстві, та їхній вплив на життя людини.

Формуванню означеного вище присвячена дана просвітницька програма.

Просвітницька програма «Я профі у медіасвіті» розроблена з врахуванням наступних принципів:

1. Орієнтація на особистий досвід учасників програми. Тренер формує навички роботи з досвідом та вмінням використовувати власний досвід для майбутніх взаємодій та планування власних дій.

2. Орієнтація на інтерактивні методи. В роботі учасники включаються в різноманітні форми взаємодій, що передбачають творчу співпрацю, розвиток комунікативних навичок, активність у вирішенні завдань, розгляд ситуацій, що імітують реальні події.

3. Орієнтація на реальні потреби учасників. Програма побудована з урахуванням основних потреб, які актуалізуються при перебуванні підлітків у медіасередовищі, соціальних мережах, блогосфері. Завдання програми відповідають актуальному рівню розвитку учасників занять та орієнтовані на зону найближчого розвитку особистості.

4. Орієнтація на саморозвиток та особисту активність здобувачів освіти.

5. Використання ігрових та імітаційних технік при формуванні, розвитку тих чи інших навичок.

6. Діалогічність та відкритість навчального середовища.

7. Суб'єктна активність кожного члена групи. Виконання навчальних завдань має проживатися внутрішньо. Має бути внутрішня активність, пошукова робота, рефлексія і аналіз.

8. Досліницька творча позиція учасників тренінгової групи.

Тематика занять просвітницької програми заснована на аналізі сутності та поняття емоційного інтелекту, його складових та ролі в соціокультурному розвитку особистості; механізмів розвитку та формування медіакультури у підлітковому та

юнацькому віці; стилів медіаспоживання та рівня залученості особистості сучасної молоді до сфери блогінгу у соціальних мережах.

Основним орієнтиром при розробленні просвітницької програми був критерій корисності для аудиторії учасників, з урахуванням їх рівня інтеграції до медіасередовища, його впливу на особистісну сферу та соціокультурні процеси у контексті взаємодій особи з медіасвітом.

Концептуально програма включає методи, прийоми і техніки з врахуванням вікових особливостей аудиторії та заснована на задіянні когнітивної, емоційної та поведінкової сфер. Це сприяє ефективному засвоєнню матеріалу, який опрацьовується.

Програма в своєму складі має індивідуальні та групові форми роботи, широкий простір для інтеракцій, самовираження, аналіз та саморефлексії. Окрім універсальних вправ та завдань, скомпонованих згідно мети реалізації програми, у ній містяться авторські розробки та модифіковані під завдання тренінгу вправи. Частина вправ з медіаграмотності використана з посиланням на посібник «Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.

Така сукупність методів та технік забезпечує отримання, розширення та обмін досвіду учасників занять.

Мета програми: Створення умов для підвищення рівня суб'єктності учасників освітнього процесу при взаємодії з медіасередовищем через розвиток складових емоційного інтелекту та медіакомпетентності підлітків та юнаків.

Завдання:

- 1) У внутрішньоособистісній сфері сприяти розвитку самоаналізу, асертивності, самоповаги та прагнення до самореалізації учнів;
- 2) У міжособистісній сфері розширити здатність до емпатійності, соціальної відповідальності, розуміння природи і цінності міжособистісних стосунків;
- 3) Сприяти підвищенню особистісної адаптивності, емоційної гнучкості, вмінню управляти емоціями та станами;

- 4) Розвинути здатність до управління стресом та контролю над імпульсами;
- 5) Сформувати в здобувачів освіти навички критичного мислення та медіакомпетенції ефективної взаємодії з віртуальним простором.

Заняття для учнів 8-11-х класів спрямовані на розвиток емоційної сфери, розуміння та керування власними емоціями та емоціями інших, формування мотивації до діяльності та налагодження партнерських стосунків з оточуючими; навчання вмінню адекватно проявляти емоційне ставлення до ситуацій, інших людей, продуктивно взаємодіяти, бути психологічно гнучкими у ставленнях та стосунках з іншими, формування рефлексивності на основі емоційного досвіду; навчання чинити опір негативному афективному медійному впливу, формування критичного мислення, навичок аналізу медіа та медіаграмотності.

Заняття поєднують у собі теоретичні та практичні блоки. Активно використовуються методи роботи в малих групах, «мозкові штурми», обговорення, моделювання, демонстрація, рольові ігри, розгляд та аналіз ситуацій, інтерактивні техніки, елементи арт-терапії, релаксаційні вправи, метод візуалізації тощо.

Дана програма розрахована на учнів 8-11-х класів.

Орієнтовна кількість учасників: 8-15 осіб.

Вимоги до спеціаліста, який впроваджує програму:

- володіння навичками проведення групових форм роботи;
- комунікативні уміння й навички ефективної міжособистісної взаємодії;
- ознайомлені з основними арт-терапевтичними, тілесно-орієнтованими, релаксаційними техніками;
- наявність таких особистісних якостей як емпатія, толерантність, психологічна гнучкість, стресостійкість, високий рівень медіаграмотності, розвинене критичне мислення, оптимізм.

Перелік навчальних та методичних матеріалів, необхідних для реалізації програми:

Для реалізації Програми необхідні наступні навчальні та методичні матеріали:

- ручки і аркуші паперу форматом А1, А3, А4 на кожного учасника;
- маркери або фломастери різних кольорів;
- роздаткові інформаційні матеріали, необхідні для кожного заняття;
- ножиці, скотч;
- бейджі (для зазначення імен учасників);
- стікери (невеликі аркуші кольорового липкого паперу);
- папки для роздаткових матеріалів.

Для успішної реалізації завдань програми необхідно забезпечити матеріально-технічне оснащення закладу:

- просторе приміщення, придатне для проведення групових занять із кількісним складом учасників до 15 осіб та реалізацією можливості об'єднатися учасникам для роботи в малих групах, у колі;
- стільці за кількістю учасників;
- столи для розміщення необхідних матеріалів і роботи учасників у малих групах ;
- ноутбук із встановленим пакетом офісних програм Microsoft Office, мультимедійна дошка, підключення до мережі Інтернет ;
- дошка або фліпчарт.

Терміни та етапи реалізації програми: програма реалізовувалась у 2021-2022 навчальному році (орієнтовно 1 раз на тиждень).

Методика нашого дослідження та реалізації програми включала декілька етапів:

I етап – підготовчий: підбір оптимальних методів для проведення дослідження;

II етап – експериментальний (констатуючий експеримент):

- авторська анкета «Блогосфера у соціальних мережах та моє життя»;

- методика «Індивідуальний стиль медіаспоживання» (автори-упорядники: Долгов Ю.Н., Коповой А.С., Малюченко Г.Н., Смірнов В.М.);

- методика діагностики «Емоційного інтелекту» (Н. Холл).

III етап – аналіз отриманих результатів.

IV етап – здійснення формуючої частини дослідження, а саме проведення занять.

V етап – повторне діагностування з метою визначення ефективності впроваджуваної програми та формулювання висновків.

Очікувані результати:

- Здобувачі освіти оволодіють навичками розуміння, управління власних емоцій та емоцій інших;
- Діти навчатимуться протистояти афективному впливу медіаконтенту представленого в матеріалах блогерів, інформаційних, розважальних пабліках та соціальних мережах;
- Учасники програми навчатимуться застосовувати критичне мислення при взаємодії з медіапростором;
- Опанують техніки аналізу власних вчинків та впливу емоційного сприймання подій на особисті вчинки;
- Матимуть сформовані навички медіаграмотності;
- Проявлятимуть суб'єктність та виваженість у виборі медіаджерел, взаємодії з ними;
- Учасники програми зрозуміють, що існує вплив медіасередовища на їх уявлення, цінності, думки, ставлення, установки та поведінку в дійсності.
- В учнів сформується усвідомлення необхідності знаходження власного балансу поміркованої взаємодії з медіасередовищем та особистісним розвитком в дійсності.

2.3. Первинна діагностика (констатуючий експеримент)

Предметом нашого дослідження є складні соціально-психологічні процеси та їх взаємодія з внутріособистісними процесами. Тому нами були використані такі методики, які б відображали систематику взаємодії підлітків та юнаків з медіасередовищем у мережі Інтернет, зокрема: у блогосфері – як основній платформі споживчих та активнісних практик підростаючого покоління; вивчення стилів медіаспоживання – як маркерів, що сигналізують про наявність чи відсутність певного рівня медіакультури; рівень розвитку емоційного інтелекту – як показника розвитку соціальних компетентностей, необхідних для опанування медіаграмотністю та критичним мисленням.

Для аналізу взаємодії із блогосферою в соціальних мережах ми розробили анкету «Блогосфера у соціальних мережах та моє життя» «Додаток А». Анкета включає 14 питань стосовно загальних тенденцій споживання здобувачами освіти контенту блогерів у соціальних мережах; поведінки та емоцій, пов'язаних з блогосферою.

Діагностика індивідуальних особливостей медіаспоживання проводилась за допомогою методики *«Індивідуальний стиль медіаспоживання»* (автори-упорядники: Долгов Ю.Н., Коповой А.С., Малюченко Г.Н., Смірнов В.М.), що дозволяє виділити чотири найбільш значимих критерії оцінки індивідуальної культури медіаспоживання, які відповідають наступним шкалам оцінки індивідуального стилю медіа споживання «Додаток Б»:

1. Шкала ЕПЗ (емоційно-пізнавальна залученість) дозволяє виявити ступінь залученості до різних форм медіаспоживання і, як наслідок, до переживання подій і процесів відображених в отримуваній інформації.

2. Шкала ВКМ (вольовий контроль медіаспоживання) виявляє ступінь вольового самоконтролю респондента по відношенню до сформованих та тих, що формуються в режимі споживання медіаінформації стратегій.

3. Шкала РКМ (рефлексивна критичність медіаспоживання) дозволяє виявити розвиток у респондента умінь і навичок, які допомагають сприймати різноманітну інформацію з рефлексивною критичністю, уникаючи її інтроекції (некритичного «поглинання»).

4. Шкала ЕПІ (ефективність пошуку інформації) виявляє індивідуальний рівень розвитку умінь і навичок, що забезпечують ефективність пошуку в медіапросторі важливої для респондента інформації.

Таким чином, інформація, отримана зі всієї сукупності шкал, створює набір необхідних умінь у індивіда, які формують процес побудови його індивідуального інформаційного простору.

Емоційний інтелект вивчався з використанням методики діагностики «емоційного інтелекту» (Н. Холл) з метою виявлення здатності особистості розуміти відносини, що репрезентується в емоціях, і керувати своєю емоційною сферою на основі прийняття рішень «Додаток В». Вона складається з 30 тверджень і містить п'ять шкал («Емоційна обізнаність», «Управління своїми емоціями» (емоційна відхідливість, емоційна нерігідність), «Самотивація» (довільне керування своїми емоціями), «Емпатія», «Розпізнавання емоцій інших людей» (вміння впливати на емоційний стан інших). За допомогою методики можна визначати як рівні парціального емоційного інтелекту, так і інтегративний (загальний) рівень.

Описані методики дозволили нам зібрати необхідні дані для побудови концепції профілактичних занять та сформувані її спрямованість.

Експериментальна вибірка становила 36 учнів 8 – 11 класів Безуглівського ліцею Талалаївської сільської ради Ніжинського району Чернігівської області.

У результаті проведення констатуючої частини дослідження було отримано наступні дані.

За анкетною «Блогосфера у соціальних мережах та моє життя» виявлено, що всі 100% респондентів, які взяли участь у дослідженні зареєстровані в соціальних

мережах. Частота використання соціальних мереж загалом складає декілька разів на день – 97% респондентів.

Здобувачі освіти найчастіше надають перевагу наступним соціальним мережам: TikTok – 72 %, Instagram – 72%, Telegram – 64%, You Tube – 50%. Зауважимо, що блогами та влогами в соціальних мережах цікавляться 78% респондентів. При цьому 22% здобувачів освіти ведуть власний інтернет-щоденник.

Найбільшу популярність серед респондентів мають блоги розважальної (44%), ігрової (41%), інформаційної (41%) та тревел тематики (41%). Зауважимо, що 78% респондентів споживають відеоконтент, а 22% – фото та тексти.

Респонденти проводять достатньо багато часу за переглядом улюблених блогів: кілька годин на день – 56% та менше години на день, але кожного дня – 44 % респондентів.

Діти часто використовують перегляд блогів для заповнення вільного часу та надають перевагу споживанню контенту блогерів перед іншими формами дозвілля – 50% респондентів. Емоційні реакції при вимушеній перерві у перегляді блогів характеризуються нейтральністю, або відсутністю негативних емоцій у 88% респондентів.

Також виявлено, що вчинки засновані на отриманій інформації з контенту, що продукується блогерами наслідуються тільки 12% респондентів. Тоді як 28% схильні наслідувати поведінку блогерів час від часу, 32% відповіли, що у більшості випадків не схильні до такого наслідування, а 28% однозначно ніколи не наслідують вчинки, представлені у контенті блогерів.

Активними дописувачами у коментарях під контентом улюблених блогерів у переважній більшості випадків є 22% респондентів. Ще 39% коментують час від часу, і пасивними коментаторами є загалом 39% здобувачів освіти.

Також виявлено, що 56% здобувачів освіти загалом підтримують твердження, що взаємодія із контентом блогерів сприяє обізнаності і орієнтації у головних подіях і

трендах у світі, 33% вважають це наполовину вірним, і 11% загалом не згодні з таким твердженням.

На питання «Чи прислуховуєтесь Ви до думок, рекомендацій, історій чи порад блогерів, яким надаєте перевагу» респонденти відповіли наступним чином: «Переважно так» – 39%, «Так, однозначно» – 8%, «П'ятдесят на п'ятдесят» – 33%, «Більше ні, ніж так» – 20%.

Такі тенденції свідчать про те, що здобувачі освіти активно користуються соціальними мережами та переглядом блогів зокрема. Поведінка при взаємодії з контентом блогерів має тенденцію до тривалого перебування в мережі та переважання помірного й середнього рівня активностей, пов'язаних із наслідуванням та коментуванням контенту. Переважна більшість респондентів вважають контент в блогосфері таким, що роширює кругозір, сприяє орієнтації у світових подіях та трендах. Також у достатньо великого відсотку учнів уявлення про явища і події є наслідком взаємодії з блогосферою.

За методикою «Індивідуальний стиль медіаспоживання» нами аналізувалися переваги респондентів при виборі джерел споживання інформації. Обробка отриманих даних показала, що найбільш часто учасники дослідження користуються глобальною мережею Інтернет, на другому місці за частотою споживання виявилось телебачення, на третьому – книги, четверте місце по використанню зайняв перегляд журналів, п'яте та шосте – радіо та газети відповідно.

Крім цього, вивчалися стилістичні особливості медіаспоживання учасників опитування. Аналіз результатів дозволяє нам визначити характерні особливості індивідуального стилю медіаспоживання та окреслити основні тенденції споживання медіа серед старшокласників.

Загалом по вибірці стиль медіаспоживання вирізняється помірним проявом за всіма шкалами: емоційно-пізнавальна залученість – 5,48 б., вольовий контроль медіаспоживання – 2,88 б., рефлексивна критичність медіаспоживання – 2,16 б., ефективність пошуку інформації – 4,6 б.

Зазначимо, що емоційні і когнітивні компоненти залученості до медіаспоживання мають найвищі показники серед усіх шкал. У характері медіаспоживання переважає залученість до переживання подій і процесів, що відображені в інформації, яка споживається, над вольовими та рефлексивними процесами. Отже, у здобувачів освіти афективність сприймання інформації домінує над регуляційно-вольовими процесами та процесами осмислення контенту. Ефективність пошуку інформації характеризується середнім рівнем.

Охарактеризуємо відсоткове співвідношення рівнів розвитку відповідних навичок за кожною шкалою.

Згідно відповідей респондентів за шкалою «Емоційно-пізнавальна залученість» високий рівень мають 33%, середній – 67% та низький – 0% опитаних. Високий «вольовий контроль медіаспоживання» мають 25%, середній та низький – 67% та 8% відповідно. Результати за шкалами «Рефлексивна критичність медіаспоживання» та «Ефективність пошуку інформації» виявилися тотожними: 16% – висока рефлексивність та 84% середня. Низький рівень за даним показником відсутній. Відповідно отриманих даних у вибірці переважає середній рівень розвитку навичок медіаспоживання за кожною шкалою «Додаток Д».

Подальший аналіз був присвячений розкриттю спектру стилів індивідуального медіаспоживання серед старшокласників.

Переважаючим стилем медіаспоживання, за якого всі навички знаходяться в межах середніх рівнів за кожною шкалою – є помірний, характерний для 47% респондентів. Його особливістю є відстежування потоків інформації при невисокій схильності до витрати зайвих душевних сил на даний процес. Проте у деяких випадках події і процеси, що протікають в медіапросторі, можуть викликати інтенсивні емоційні реакції. Респондент в більшості випадків усвідомлює цілі споживання тієї чи іншої інформації, але вольовий самоконтроль в процесі медіаспоживання має ситуативний характер. Разом з тим, при обробці інформації особа не завжди здатна досягти бажаного результату. Досліджуваний має достатній рівень усвідомлення сенсу і змісту

віднайдені і оброблювані інформації. Тому такий індивідуального стиль можна охарактеризувати як «Помірно залучений, помірно контролюючий, помірно критичний». На нашу думку, він відповідає «перехідному типу культури медіаспоживання», описаного Т. Крайніковою.

Інші ж стилі медіаспоживання мають наступний відсотковий розподіл та відповідні стильові особливості:

- 11% – залучений, помірно контролюючий, помірно критичний;
- 11% – помірно залучений, контролюючий, помірно критичний;
- 8% – залучений, контролюючий, помірно критичний;
- 8% – залучений, помірно контролюючий, критичний;
- 4% – помірно залучений, не контролюючий, критичний;
- 4% – залучений, контролюючий, критичний;
- 4% – помірно залучений, не контролюючий, помірно критичний.

Як бачимо, стилі індивідуального медіаспоживання характеризуються широким спектром комбінацій за вираженістю базових шкал та варіюються в діапазоні від типу «залучений, контролюючий, критичний» до «помірно залучений, не контролюючий, помірно критичний».

Узагальнення методики діагностики «емоційного інтелекту» (Н. Холл) демонструє наступні середні результати за вибіркою. Досліджувані притаманний низький рівень емоційної обізнаності (7,72 балів), самомотивації (7,52 балів) та управління власними емоціями (1,96 балів). Крім цього, для них характерна низька здатність розуміти емоції інших людей (7,84 балів). Натомість емпатійність, як риса характеру знаходиться на середньому рівні розвитку (8,32 балів). Інтегративний же рівень емоційного інтелекту відповідає низькому рівню (33,36 б) «Додаток Е». Відповідно відсоткове співвідношення рівнів парціальних і інтегративного емоційного інтелекту представлено на «рис.2.1».

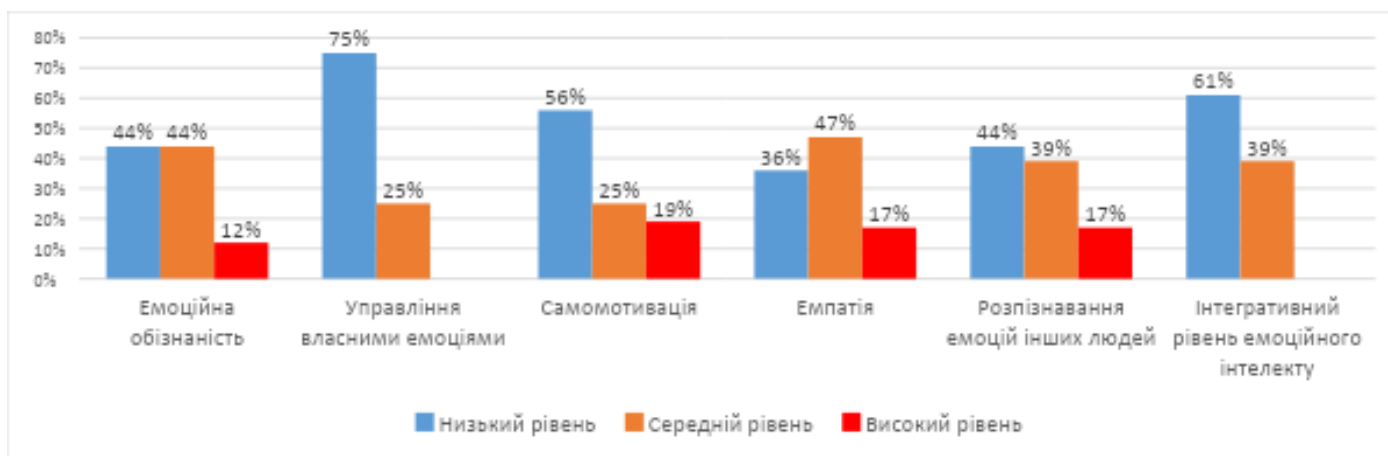


Рис.2.1. Відсоткове співвідношення рівнів парціальних і інтегративного емоційного інтелекту

Як бачимо, відсотковий аналіз досліджуваних змінних засвідчує переважання за низьким і середнім рівнем по всіх шкалах. Інтегративний же тип емоційного інтелекту характеризується переважанням низького рівня у 61% респондентів та середнього у 39%. Високий рівень емоційного інтелекту у досліджуваній вибірці відсутній.

Таким чином, для більшості респондентів характерними є відсутність схильності до самоаналізу, соціальної відповідальності, здатності до контролю над стресом, розуміння і управління власними емоціями та емоціями інших. Самотивація таких людей має недостатню силу перед іншими афективними імпульсами та впливами, внаслідок чого недостатність емоційної компетентності може викликати проблемну поведінку.

39% респондентів проявляють достатній рівень розуміння власних емоцій, здатність до управління ними. Їх емоційні реакції характеризуються умінням співпереживати, розуміти емоційні стани інших. Такі опитані здатні до мотивації власної діяльності і вольових зусиль.

Подальше вивчення проблеми передбачало визначення взаємозв'язку між рівнем розвитку емоційного інтелекту і індивідуальним стилем медіаспоживання респондентів. Наявність такого взаємозв'язку свідчила б про те, що зміни в одному явищі викликали б зміни у іншому.

З цією метою було використано метод рангової кореляції Ч. Спірмена. Оскільки індивідуальний стиль медіаспоживання описується через сукупність окремих шкал, результати яких, згідно опису методики не сумуються, нами було вирішено перевірити наявність такого взаємозв'язку між емоційним інтелектом і кожною зі шкал, які визначають стиль споживання медіа. Результат підрахунку кореляційних залежностей представлений у «табл. 2.1».

Таблиця 2.1

Результат підрахунку кореляційних залежностей

Найменування взаємозв'язку	Коефіцієнт рангової кореляції (r)
Емоційно-пізнавальна залученість – емоційний інтелект	0,64
Вольовий контроль медіаспоживання – емоційний інтелект	0,74
Рефлексивна критичність медіаспоживання – емоційний інтелект	0,43
Ефективність пошуку інформації – емоційний інтелект	0,11

Порівнявши отримані результати з таблицею «Критичні значення коефіцієнту рангової кореляції r_c » ми можемо зробити наступні висновки «Додаток Ж».

Існує прямопропорційний взаємозв'язок між шкалами «Емоційно-пізнавальна залученість», «Вольовий контроль медіаспоживання», «Рефлексивна критичність медіаспоживання» та рівнем розвитку емоційного інтелекту. Тому маємо право стверджувати, що підвищення рівня емоційного інтелекту буде сприяти підвищенню навичок, які складають основу базових шкал, що формують стилі індивідуального медіаспоживання, а відповідно будуть однозначно формуватись соціальні компетентності необхідні для розвитку медіапросьюмеризму.

Натомість, між шкалою «Ефективність пошуку інформації», яка не є базовою для визначення стилю медіаспоживання, та рівнем емоційного інтелекту взаємозв'язок

відсутній. Тобто останній не впливає на ефективність пошуку інформації здобувачем освіти.

Відповідно отриманих даних ми припускаємо, що цілеспрямована профілактична робота з розвитку емоційного інтелекту, критичного мислення, навичок медіаграмотності оптимізує медіаспоживчі практики дітей та сформує суб'єктність при перебуванні у віртуальному просторі та такий рівень медіакультури, яким характеризується медіапросьюмеризм. Такі тенденції будуть позитивно впливати на внутріособистісні зміни та загальний соціокультурний розвиток особистості підлітків та юнаків під час їх взаємодії з медіасередовищем.

2.4. Структура та зміст програми

Профілактична програма складається з 8 занять для учнів.

Тривалість кожного заняття— від 1 до 2 годин.

Тематичний план

Назва вправи	Мета	Тривалість
Заняття 1. Тема: Медіаграмотність та емоційний інтелект в сучасному інформаційному суспільстві. Мета: створення позитивної мотивації до майбутніх занять, знайомство зі метою курсу, активізація процесу рефлексії.		
Вправа-привітання «Мій аватар»	Активізувати учасників та учасниць групи. Налаштувати на роботу. Оголосити мету і завдання заняття	15 хв.
Вправа «Очікування»	Визначення очікувань від курсу.	5 хв.
Правила роботи в групі	Створення і запис правил, необхідних для ефективної роботи групи.	5-10 хв.

Інформаційне повідомлення, бесіда: «Хто такий медіапросьюмер та при чому тут медіаграмотність та емоційний інтелект?»	Активізація та мотивація процесу самовдосконалення та розвитку навичок соціальних компетентностей у віртуальному просторі.	10 хв.
Мозковий штурм/робота в групах «Медіаграмотність та емоційний інтелект»	Актуалізувати знання учнів з питання, активувати пошукову роботу з проблеми та мотивувати до подальшої роботи, зробити проміжні підсумки.	20 хв.
Вправа «Новина з телефону»	Привернути увагу учасників до питання інфомедійної наповнюваності соціальних мереж, впливу медіановини на наші почуття, знання, думки та те як це впливає на нашу спрямованість. Актуалізувати прагнення розумно споживати контент.	10 хв.
Вправа «Підсумки»	Підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.	5-10 хв.
Заняття 2. Тема: «Управляй емоціями – володій ситуацією» Мета: розвиток особистісної адаптивності, емоційної гнучкості, вміння розрізняти та управляти емоціями та станами.		
Вправа «Привітання»	Створення позитивного настрою, згуртування групи.	10 хв.

Інформаційне повідомлення, бесіда: «Емоційний інтелект. В чому суть?»	Розширити знання учнів про поняття «емоційний інтелект», його роль і значення в житті людини.	5 хв.
Вправа «Я знаю що ти...»	Налаштування на активну діяльність. Розвиток уміння читати емоції.	10 хв.
Вправа «Впізнай емоцію»	Поліпшення навички впізнавання та демонстрування емоцій.	10 хв.
Вправа «Психологічна скульптура»	Усвідомлення зв'язку між емоцією і тілесним самовираженням	10 хв.
Вправа: «Реклама»	Розкрити важливість емоційного супроводу в медіапродуктах, які ми споживаємо в мережі. Забезпечити усвідомлення необхідності усвідомлення емоцій для об'єктивного аналізу медіапродуктів	20 хв
Вправа «Діагностика емоцій»	Звернути увагу учасників тренінгу до власних переживань та емоцій. Навчитися читати власні емоції та використовувати цю інформацію для саморегуляції і керування поведінкою.	15 хв.
Вправа «Підсумки»	Підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.	5-10 хв.

Заняття 3

Тема: «Управляй емоціями – володій ситуацією №2»

Мета: розвиток самоаналізу, прагнення до самореалізації, вміння розрізняти та управляти емоціями та станами.

Вправа «Привітання»	Створення позитивного настрою, згуртування групи.	5-10 хв.
Вправа «Відкриття»	Сприяти готовності до пізнання нового, бажання розкрити себе для себе та оточуючий світ	15 хв.
Інформаційне повідомлення «Емоційний щоденник»	Познайомити учнів з дієвим методом вивчення та розуміння власних емоцій, способам рефлексії власного емоційного досвіду та його впливу на наше життя.	10 хв
Мозковий штурм «Словник емоцій та почуттів»	Розширення палітри образів щодо різноманітних емоцій, підготовка учасників до точної ідентифікації власних переживань.	10-15 хв.
Вправа «Аналіз емоцій»	Розширити вміння читати, описувати та інтерпритувати емоції, створювати емоційний образ.	10-15 хв.
Вправа «Емоційна підзарядка»	Відчути вплив невербальних компонентів (рухів, жестів, міміки, інтонації голосу тощо) на емоційний стан.	5-7 хв.
Вправа «Заборона на емоції»	Усвідомлення відповідальності за власні почуття, формування здатності до управління емоційними реакціями	10 хв.
Вправа «Підсумки»	Підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.	5-10 хв.

Заняття 4

Тема: «Роль емоцій у міжособистісній сфері»

Мета: розвинути спектр емоційних компетентностей через формування емпатійності, соціальної відповідальності, розуміння природи і цінності міжособистісних стосунків.		
Вправа «Привітання»	Створення позитивного настрою, згуртування групи.	5 хв.
Інформаційне повідомлення «Наші емоції та міжособистісні стосунки»	Розширити уявлення учасників про роль емоцій для людських відносин.	5 хв.
Вправа «Малюнок вдвох»	Навчитися домовлятися враховуючи емоційні реакції інших.	10 хв.
Вправа «Як зрозуміти співрозмовника? Емпатія»	Розвиток емпатії, вміння стати на місце іншої людини і побачити ситуацію з її боку.	10 хв.
Вправа «Заморожені» та «гарячі»	Впливати на емоційні реакції інших людей, налагоджувати і підтримувати позитивні міжособистісні комунікації.	5-7 хв.
Вправа «Лист»	Розвиток уміння відчувати емоцію іншого через образ, розвиток емпатії, навчити виражати емоцію через образ.	30 хв.
Вправа «Нічний сторож»	Емоційне розвантаження, переключення уваги, тренування спостережливості, уміння гнучко і впевнено діяти у невизначеній обстановці, згуртування групи і навчання координуванню спільних дій.	5-7 хв.

Вправа «Підсумки»	Підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.	5-10 хв.
Заняття 5 Тема: «Емоційний інтелект для управління поведінкою, імпульсами, боротьби зі стресом» Мета: надати інструменти для протидії негативному зовнішньому впливу.		
Вправа «Привітання»	Створення позитивного настрою, згуртування групи.	5-10 хв.
Інформаційне повідомлення «Залежність міжособистісної поведінки від емоцій»	Обговорення взаємозв'язку між емоційною сферою і типами поведінки, означити для молоді пріоритетність асертивного типу поведінки.	10 хв.
Мозковий штурм «Правила впевненої людини»	Обговорення правил впевненої людини. Визначення необхідності та можливості життя за даними правилами.	10 хв.
Вправа «Оцінка»	Удосконалення навичок впевненої поведінки.	10 хв.
Вправа «Декларація моєї самоцінності»	Навчити бачити свій внутрішній світ, відчувати власну цінність, підвищення впевненості та самооцінки.	10 хв.
Вправа «Заспокійливе дихання/мобілізуюче дихання»	Забезпечити техніками впливу на свій психофізичний стан за допомогою дихання.	10 хв.
Вправа «Квітка радості»	Забезпечення техніками врівноваження психофізичного стану, пошуку ресурсів техніками візуалізації та релаксації.	10 хв.

Вправа «Храм світла»	Забезпечення техніками врівноваження психофізичного стану, пошуку ресурсів техніками візуалізації та релаксації..	10 хв.
Вправа «Вільний малюнок»	Забезпечення техніками врівноваження психофізичного стану, пошуку ресурсів засобами арт-терапії.	20 хв.
Вправа «Підсумки»	Підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.	5-10 хв.
Заняття 6 Тема: «Медіаграмотність як моя суперсила №1» Мета: «Розвиток критичного мислення та соціальних компетентностей у сфері медіасередовища».		
Вправа-Привітання «Моя суперсила»	Створення позитивного мікроклімату, налаштування на роботу учасників групи, розвиток творчості, свободи мислення, емоційної компетентності.	15 хв.
Вправа «Шум» + інформаційне повідомлення «Суперсили медіаграмотної особистості»	Показати учасникам, що у медіапросторі, наповненому безліччю джерел та користувачів, непідготовленому користувачу дуже легко розгубитися. Опредметнення небезпеки мережевої некомпетентності	15 хв.
Вправа «Інструкція»	Показати, які фактори можуть впливати на те, що ми неуважно сприймаємо контент, і як нами можна зманіпулювати.	7 хв.

Вправа «Маніпуляції з кольором: червоне-чорне»	показати учасникам те, наскільки вибірковим є наше сприйняття інформації.	7 хв.
Вправа «Сніжинка»	Показати, які чинники впливають на сприймання інформації. Змодельовати механізм впливу на свідомість мережових маніпулятивних технік.	5 хв.
Вправа «Вірю-не вірю»	Продемонструвати учасникам певні «маркери брехні», показати маніпулятивну технологію «напівправди», коли той, хто хоче поширити фейк, маскує його під правду, ховає серед правдивої інформації.	10 хв.
Мозковий штурм «Правила перевірки інформації»	Узагальнення та аналіз правил визначення достовірності інформації	15 хв.
Вправа «Підсумки»	Підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.	5-10 хв.
Заняття 7 Тема: «Медіаграмотність як моя суперсила №2» Мета: «Розвиток критичного мислення та соціальних компетентностей у сфері медіасередовища».		
Вправа «Вам послання»	Створення позитивного мікроклімату, налаштування на роботу учасників групи.	5 хв.
Вправа «Герої»	розвиток теоретичного мислення, всебічного аналізу ситуації.	10 хв.

Вправа «Аналізуємо свій медіапростір»	Аналіз власного стилю медіаспоживання та його впливу на життя.	10 хв.
Мозковий штурм «Оптимальне медіаспоживання»	Розробити групову модель споживчих практик в медіапросторі.	10 хв.
Вправа «Факти та судження»	Сформувати здатність протистояти маніпулятивному тиску в мережі.	10 хв.
Вправа «Інформаційна бульбашка»	Розкрити поняття інформаційної бульбашки та її впливу на наш соціальний та культурний розвиток.	10 хв.
Вправа «Малюнки на спині»	Показати, яким чином змінюється інформація на шляху від адресата до адресанта: втрачається / переакцентується / спотворюється тощо.	10 хв.
Вправа «Підсумки»	Підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.	5-10 хв.
Заняття 8 Тема: «На шляху до змін. Рефлексія досвіду» Мета: «Актуалізувати набуті в результаті групової роботи зміни, закріпити прагнення до розвитку соціальних компетентностей, навчання рефлексивним технікам».		
Вправа-привітання «Мрії»	налаштування на активну взаємодію, актуалізація життєвого плану, взаємопізнання учасників групи, створення атмосфери довіри серед учасників та згуртування групи.	10-15 хв.
Вправа «Універсальні експерти»	Проаналізувати з учасниками інформацію про “універсальних експертів”, які, замість фактів	15 хв.

	на підтвердження своїх думок використовують стандартні фрази без сенсу.	
Вправа «Тренер з йоги»	Формування вміння ідентифікувати стереотипи та протидіяти дискримінації.	5-7 хв.
Вправа «Зроби новину»	підсумувати і практично опрацювати отримані знання, розвинути в собі здібності активного суб'єкта медіапростору.	20 хв.
Вправа «Медіаграмотний крокодил»	емоційне розвантаження, створення невимушеної атмосфери в колективі, підсумок теоретичних знань в ігровій формі.	10 хв.
Вправа «Мої ресурси»	Актуалізація почуттів та емоцій як ресурсу життєстійкості, планування майбутнього, пошуку внутрішньої сили, відновлення після серії занять.	20 хв.
Вправа «Чи змінився я?»	Розвиток самосвідомості, позитивного самосприйняття, рефлексія власного досвіду.	10 хв.
Вправа «Підбиття підсумків»	визначити чи справдились очікування від від спільної роботи в групі, рефлексія набутого досвіду.	5 хв.

Заняття 1.

Тема: «Медіаграмотність та емоційний інтелект в сучасному інформаційному суспільстві»

Мета: створення позитивної мотивації до майбутніх занять, знайомство зі метою курсу, активізація процесу рефлексії.

Вправа-привітання «Мій аватар»

Мета: активізувати учасників та учасниць групи. Налаштувати на роботу. Оголосити мету і завдання заняття.

Хід вправи. Тренер/тренерка вітається з групою та пропонує завдання, у якому дітям потрібно буде уявити, що вони реєструються у новій соціальній мережі. Кожен учасник цієї платформи є блогером, від активності якого залежить добробут і життя даної соціальної мережі. Тож перше, що необхідно зробити після реєстрації – це презентувати свій аккаунт, аби заявити всьому світові про себе. Після цього, учні отримують завдання обрати собі аватар (із запропонованих на листах паперу зображень облич, тварин, символів), завершити запропонований образ за допомогою маркерів, або намалювати аватар власноруч. Надалі тренер/тренерка повідомляють, що учасники групи мають вигадати собі нікнейм, як у соціальній мережі, підписати власний бейдж відповідним ім'ям, а на аватарі записати 5 власних особистих рис, умінь чи навичок, які необхідні для життя в мережі.

В цей період часу діти можуть вільно пересуватися по приміщенню, обирати будь-яку позицію. Для вияву творчості і покращення продуктивності можна використати музичний супровід.

Коли все буде зроблено, учасники повертаються в коло та презентують власні проєкти.

Обговорення:

1. Чи легко Вам було виконувати вправу?
2. Які почуття Ви відчували, коли розказували про себе?
3. Чи легко Вам було обрати образ та нікнейм?
4. Розкажіть, як Вам здається, що є найбільш важливим при перебуванні у віртуальному світі?

В процесі обговорення тренер/тренерка поступово наголошують на тому, що віртуальний світ (з усіма соціальними мережами, блогами, пабліками, медіапрлатформами) у сучасному суспільстві є великою частиною життя кожного з нас. А тому, аби використовувати інтернет-мережу з користю для себе та уникнути небезпек, кожен має стати досвідченим юзером медіасередовища. Це означає бути медіаграмотним в мережі та усвідомлено і з користю перебувати у віртуальному просторі. Саме цьому і присвячені дані зустрічі.

Час виконання вправи – 15 хв.

Вправа «Очікування»

Мета: визначення очікувань від курсу.

Хід вправи. Тренер/тренерка малює на аркуші гору, а очікування учасників, записані на клейких папірцях, розміщуються біля її підніжжя. Наприкінці тренінгового блоку учасники аналізують, які очікування справилися, і переносять їх ближче до вершини.

Час виконання вправи – 5 хв.

Вправа «Правила роботи в групі»

Мета: створення і запис правил, необхідних для ефективної роботи групи.

Хід вправи. Для того, щоб було зручно працювати, необхідно домовитися: що треба робити і яким бути під час занять. Тренер/тренерка пропонує створити правила групи. Усі пропозиції обговорюються та записуються. Орієнтовні правила:

1. Бути активним.
2. Звертатися одне до одного на ім'я.
3. Не критикувати.
4. Правило піднятої руки.
5. Бути щирим.

6. Не оцінювати одне одного.
7. Принцип «тут і тепер».
8. Принцип «конфіденційності».
9. Дотримуватися запропонованих правил.

Час виконання вправи – 5-10 хв.

Інформаційне повідомлення, бесіда:

«Хто такий медіапросьюмер та при чому тут медіаграмотність та емоційний інтелект?»

Мета: Активізація та мотивація процесу самовдосконалення та розвитку навичок соціальних компетентностей у віртуальному просторі.

Ми зараз живемо в інформаційному суспільстві. Мабуть ви чули про цю теоретичну концепцію на уроках інформатики, або зустрічали на просторах Інтернету. Звичайно, звернувшись до тієї самої Вікіпедії може скластись враження, що це щось пов'язане з розвитком економіки, політикою, соціологією чи інформатичною галуззю, і дуже мало стосується життя реального пересічного громадянина, який не має стосунку ні до глобалізаційних процесів в світовій економіці, ні до способів побудови виробничих відносин, особливостей формування сучасних бізнес-моделей чи інформаційних систем, а вже тим більше до соціоісторичної теорії розвитку суспільства. Проте, ми всі користуємося благами інформаційного суспільства в незалежності від того, яку роль в його розвитку відіграємо.

Адже інформаційне суспільство, це такий етап нашого розвитку, коли відбувається зростання ролі інформації в житті звичайної людини, збільшується кількість працівників, задіяних у сфері інформаційних технологій та комунікацій, зростає доля виробництва інформаційних продуктів і послуг; суспільство саме по собі інформатизується (радіо, телебачення, мережі Інтернет, електронні ЗМІ); створюється

глобальний інформаційний простір, який забезпечує ефективну інформаційну та комунікативну взаємодію людей, задоволення потреб в інформаційних продуктах і послугах.

Тож кожен з нас є частинкою такого світу, в якому інформація, інформаційні послуги, їх розповсюдження у віртуальному просторі створюють нові можливості навчання, спілкування, роботи, бізнесу та творчості.

Одним із принципових винаходів, пов'язаних з інформаційним суспільством є розвиток соціальних мереж в Інтернеті. Ми всі є їх учасниками. Хоча спочатку вони задумувались для обміну ідеями та підтримання зв'язків серед людей певної спільності, зараз – це платформа для комунікації, розваг, споживання різноманітного контенту, навчання, ведення бізнесу. Наразі через індустрію соціальних мереж проходять великі грошові потоки, а сумарна капіталізація найбільших соціальних мереж сягає трильйонів доларів. Ринкова вартість тільки Facebook у 2021 році перевищувала \$1 трлн. [34]. Це ставить її на одне місце за впливом на соціально-економічні процеси у світі, поруч із такими технологічними гігантами як Apple, Microsoft, Samsung та ін. При сучасній динаміці розвитку соціальних мереж вони несуть у собі не тільки й не стільки комунікативну, а соціально-культурну та економічну функцію. Велику роль у цьому зіграла блогосфера. Адже саме блогери рухають розвиток багатьох соціальних платформ (зокрема You Tube, Instagram? Tik-Tok та ін.) та є лідерами громадської думки.

Отже розвиток соціальних мереж призвів до того, що людство живе на перетині двох світів – реального та віртуального. Кожен з яких впливає на нас: наш розвиток, думки, уявлення, цінності, мислення і врешті-решт поведінку. Проте віртуальний світ має не тільки переваги, але і містить небезпеки. Як з ними боротися, ми з вами будемо вчитися на наших заняттях.

Якщо соціальна мережа є працюючою моделлю суспільства, то користувачі соцмереж є його членами. Аби бути успішним в соц мережі необхідно мати відповідні знання, уміння та навички. В науковому світі такі здібності, які допомагають нам

вирішувати життєві задачі називаються компетентностями. А оскільки ми говоримо про соціальні мережі, нам необхідні соціальні компетентності.

Людину, яка має необхідні для перебування в світі медіапродукції та віртуальних взаємодій соціальні компетентності можна назвати медіапросьюмер. Така особа осмислено вибирає інформацію в мережі, оцінює та пояснює собі ті медіапродукти, які споживає, опановувати інформаційні технології й самостійно виробляє контент, підтримує діалог із блогерами та впливає на розвиток та поширення ідей блогінгу та взаємодій у соціальних медіамережах. Тобто медіапросьюмер – це людина – суб'єкт і творець віртуального світу, а не інертний об'єкт маніпулятивного впливу, що продукується у соціальних мережах та медіаплатформах.

Вченими доведено, що на розвиток соціальних компетентностей впливає емоційний інтелект, а суб'єктність в мережі підвищується пропорційно рівню розвитку медіаграмотності особистості. Саме тому, аби бути успішним в Мережі, бути в безпеці у віртуальному світі, бути проактивним юзером Інтернету варто і потрібно розвивати в себе емоційний інтелект, медіаграмотність та критичне мислення.

Час проведення – 10 хв.

Мозковий штурм/робота в групах

«Медіаграмотність та емоційний інтелект»

Мета: актуалізувати знання учнів з питання, активувати пошукову роботу з проблеми та мотивувати до подальшої роботи, зробити проміжні підсумки.

Хід вправи. Учні об'єднують у дві групи. Кожна група отримує теоретичний матеріал за темами завдань. Протягом 10 хвилин діти опрацьовують роздатковий матеріал, після чого перша група створює постер на тему «Медіаграмотність – твій помічник у медіапросторі», друга – «Цінність емоційного інтелекту для нашого успіху»

По закінченню роботи відбувається презентація напрацювань.

Обговорення:

1. Чи вдалось Вам виконати завдання? Чи була ваша робота ефективною?
2. Що нового ви дізнались про явища, які ми обговорюємо?
3. Як ми можемо використати ці знання для особистого досвіду?

Час проведення – 20 хв.

Вправа «Новина з телефону»

Мета: привернути увагу учасників до питання інфомедійної наповнюваності соціальних мереж, впливу медіановини на наші почуття, знання, думки та те як це впливає на нашу спрямованість. Актуалізувати прагнення розумно споживати контент.

Хід вправи. Тренер/тренерка просить учасників дістати свої телефони та знайти у новинній стрічці новину, яка привернула їхню увагу, вивела на емоції (це може бути як сайт новин, так і стрічка у соцмережах). Якщо хтось не має можливості перевірити на телефоні, то попросить згадати новину останніх днів, яка привернула їхню увагу.

На це учасники мають 2-3 хвилини.

Після цього кожен із учасників по черзі виступає - називає новину/заголовок, який привернув увагу і пояснює свій вибір.

Якщо декілька людей обрали однакову новину, треба обговорити, чому одна і та ж новина може обиратись різними людьми з різних причин.

Тренер може почати із власного прикладу.

Надалі здійснюється обговорення як різноманітності контенту в Мережі, так і різноманітності наших інтересів. Тренер/тренерка підводить бесіду до тези про те, що ми постійно споживаємо інформацію і, зокрема, новини. Часто ранок багатьох людей починається саме із прогорткування новинної стрічки, що перетворюється у стабільний ритуал протягом дня. Щоденне споглядання новин наповнює нашу свідомість інформацією, яка і змінює нас, впливає на наші щоденні справи, настрій, думки, уявлення про події у світі та світ у цілому. Тому потрібно уміти розрізняти правдиву

інформацію від не правдивої, корисну від шкідливої, уміти аналізувати, перевіряти, співставляти, критично оцінювати та контролювати потік інформації у віртуальному світі.

Час проведення – 10 хв.

Вправа «Підсумки»

Мета: підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.

- Що Ви сьогодні для себе зрозуміли?
- Що вам сподобалось на занятті?
- Що було складним?

Підведення підсумків. Відповіді на питання учасників.

Час проведення – 5-10 хв.

Заняття 2.

Тема: «Управляй емоціями – володій ситуацією»

Мета: розвиток особистісної адаптивності, емоційної гнучкості, вміння розрізняти та управляти емоціями та станами.

Вправа «Привітання»

Мета: створення позитивного настрою, згуртування групи.

Хід вправи. Тренер/тренерка повідомляє, що сьогодні привітання буде відбуватись у Всесвіті Tik-Tok/Shorts. Кожен учасник має придумати свій тип нестандартного привітання, ніби він знімає коротке відео для Tik-Tok. Під час цього

привітання учасник має придумати певний рух або систему рухів, а також побажання будь-якого змісту. На це дітям дається 5 хв.

Коли усі будуть готові, кожен по черзі буде виходити та демонструвати власне привітання під випадково увімкнену мелодію тренером/тренеркою.

Обговорення:

1. Розкажіть, що Ви відчували, коли висловлювали побажання. Які це були емоції?
2. Які у вас були емоції, коли ви споглядали чиєсь привітання?
3. Чим для Вас відрізняється онлайн трансляція від реального спілкування?
4. Які труднощі виникли у Вас під час виконання завдання?

Час проведення – 10-15 хв.

Інформаційне повідомлення, бесіда: «Емоційний інтелект. В чому суть?»

Мета: розширити знання учнів про поняття «емоційний інтелект», його роль і значення в житті людини.

Сьогодні говоримо про емоційний інтелект. Уже на виконанні привітання ми у колі відчули різноманітні емоції. Це могли бути як позитивні (радість, піднесеність, веселість), так і негативні (тривога, сором, пригніченість). Ці емоції супроводжували нас протягом всієї вправи. Починаючи від моєї пропозиції та інструкції щодо виконання завдання (як зацікавленість, або супротив щодо інформації, яку я повідомляв), продовжуючись при підготовці до виступу, під час вашого виступу та під час перегляду виступів інших, при відповідях на запитання. Увесь цей час ми не тільки мислили чи щось робити – ми це відчувати та переживали. І саме цей емоційний супровід події і забарвлював саму подію, яка нам або сподобалась, або навпаки. Насправді так у всьому людському житті – нас супроводжують емоції. При навчанні

(хочу не хочу), праці, спілкуванні, творчості, відпочинку, і перебуванні в медіапросторі теж. Адже стрічка новин, відео блогера, демотиватор, будь-який медіатекст в Мережі викликають у нас емоцію. А потім відповідну дію.

Саме тому важливо уміти керувати власними емоціями та розуміти їх – розуміти що саме ми зараз відчуваємо та переживаємо. Адже емоційний вклад в Мережі спрямований саме на неусвідомлене емоційне сприймання медіапослання. «Емоційний інтелект» це група ментальних здібностей, які допомагають використовувати емоції для управління мисленням і діями.

Емоційний інтелект включає в себе наступні ментальні здібності:

1. **Усвідомлення людиною власних емоцій** і переживань, що дає можливість зрозуміти їх походження і краще з ними впоратись.

2. **Регулювання емоцій**. Управління власними емоціями виявляється у вигляді зусиль заспокоїти себе, позбавитись тривожного стану, суму, або роздратованості.

3. **Здатність мотивувати себе до діяльності** реалізується у зусиллях людини спрямувати власні емоції на користь досягнення мети, самомотивування до нових досягнень, творчості. Тут важливим мотиваційним компонентом є самоконтроль як вміння відкладати отримання миттєвого задоволення заради досягнення більш значущої віддаленої мети.

4. **Розпізнавання та розуміння емоцій, що виникають в інших людей**. Ця здібність реалізується у виявленні емпатії. Люди, здатні до цього, є більш чутливими до соціальних проявів і враховують переживання оточуючих.

5. **Уміння підтримувати доброзичливі відносини з оточуючими** – дуже цінна соціальна навичка, що реалізується у здатності особи впоратися з емоціями, які виникають при взаємодії з іншими людьми [16].

Наявність у особистості таких здібностей, зазначає Деніел Гоулдмен, дає можливість стверджувати, що емоційна компетентність для успішності особистості удвічі важливіша, ніж просто когнітивні здібності. Науковець розглядає емоційний

інтелект як здатність усвідомлювати власні почуття, почуття інших людей, мотивувати себе та інших, управляти емоціями як наодинці, так і відносно інших.

Така модель емоційного інтелекту тісно пов'язана з адаптацією до реального життя, а саме поняття розуміється як комплекс навичок, які можна формувати й розвивати [18, с. 241]. Чим ми з вами і будемо займатися.

Час проведення – 5 хв

Вправа «Я знаю що ти...»

Мета - налаштування на активну діяльність. Розвиток уміння читати емоції.

Хід вправи. Учасникам надаються листівки з фразами (читав книгу «Маленький принц», вмію водити машину, погано готую, добре лагоджу із ...). Ваше завдання об'єднатися в пари та розповідати про свій статус так ніби ви дійсно маєте цю рису, або зробили те, що написано на вашій листівці. Завдання партнера відгадати чи це дійсно так. Потім учасники міняються ролями.

Обговорення:

1. Як Ви намагалися зрозуміти чи говорять вам правду, чи вигадують вигадки?
2. За якими ознаками можна розпізнати, що ваш співрозмовник не щирий з Вами?
3. Чому навчила Вас дана вправа?

Час проведення 10 хв.

Вправа «Впізнай емоцію»

Мета - поліпшення навички впізнавання та демонстрування емоцій.

Хід вправи. Необхіден доброволець. Ви обираєте картку. На ній написана емоція. Ваша задача за допомогою міміки зобразити цю емоцію. Якщо не здогадалися, долучаємо до міміки жести. Хто вгадав демонструє наступну емоцію.

Обговорення:

1. Чи легко Вам було виконувати вправу?
2. Які почуття Ви відчували, коли показували емоцію?
3. Чи легко Вам було розпізнати емоцію?
4. Що впливає на вміння розпізнавати емоції? Вміння розуміти власні?

Час проведення – 10 хв.

Вправа «Психологічна скульптура»

Мета: усвідомлення зв'язку між емоцією і тілесним самовираженням.

Хід вправи:

Тренер/тренерка просить побудувати по дві скульптури протилежних емоцій, наприклад: оптимізм – песимізм; радість – смуток; натхнення – знесилення; любов – ненависть. Потім кожна група презентує результати спільної роботи, починаючи зі скульптури негативної емоції і завершуючи позитивною. Можна запропонувати бажаним побути в скульптурі позитивної емоції.

Обговорення:

1. Як відбувався процес побудови скульптур?
2. Чи змінювався емоційний стан, коли знаходилися в різних скульптурах?
3. Як впливають позиції тіла на емоції?

Після обговорення тренер/тренерка підсумовує, що наше тіло є ніби провідником емоцій. Коли боїмося або хвилюємося, це видно неозброєним оком: тіло стискається, голова втягується в плечі, плечі піднімаються, спина сутулиться. Якщо емоції так впливають на наше тіло, чи можлива зворотна залежність? Так, зміна позицій тіла впливає на емоційний стан. Знання цієї закономірності може допомогти навчитися викликати бажані емоції. Цю техніку, яка дозволяє за секунди змінити внутрішній стан, використовують актори. Встаньте рівненько, зробіть глибокий вдих, розпрямте плечі, підніміть голову, дивіться прямо перед собою... Постійте так декілька секунд, вимовіть

щось впевнено, навіть командним тоном. Завершіть вправу тоді, коли відчуєте впевненість, силу, власну гідність. Запам'ятайте цей стан.

Завдання: Наступного разу, коли будете перебувати в мережі Інтернет та бужете дуже захоплені чимось чи зосереджені, зверніть увагу на власне тіла. Як воно реагує на новини в стрічці, події, інформацію, новий відеоролик вашого улюбленого блогера? Проаналізуйте свій стан. Чи потрібно щось змінити?

Час проведення – 10 хв.

Вправа: «Реклама»

Мета: розкрити важливість емоційного супроводу в медіапродуктах, які ми споживаємо в мережі. Забезпечити усвідомлення необхідності усвідомлення емоцій для об'єктивного аналізу медіапродуктів.

Хід вправи:

Ви знаєте що таке реклама? Вона спрямована на те, щоб звернути увагу аудиторії на певні послуги, продукти чи проблеми. І найкраща реклама та, яка чіпає за живе, проникає у душу, викликає емоції. Ми зараз об'єднаємось у 3 групи і кожна розробить власну рекламу, яку можна було б розмістити в соціальній мережі. Візьміть тему, яку вважаєте актуальною, зрозумійте які почуття ви бажаєте викликати у людей і якими засобами ви можете викликати ці почуття. Творіть.

У вас на це завдання 10-15 хвилин, потім буде демонстрація.

Після презентацій кожної з команд, обговорення.

1. Яка реклама зачепила вас більше всього? Чому?
2. А яка менш всього? Чому?
3. Як ви вважаєте що можна змінити у цій рекламі, щоб вона була більш ефективною.
4. Чи легко вам було виконувати завдання?
5. Що було найскладніше?

6. Чи може людина протистояти впливу реклами, інформаційного повідомлення, допису в мережі не розуміючи власні емоції та емоційне послання, зашифроване в медіаповідомленнях?
7. Як розуміння власних емоцій та емоційного послання медіапродукту може впливати на його сприймання?

Час проведення – 25 хв.

Вправа «Діагностика емоцій»

Мета: Звернути увагу учасників тренінгу до власних переживань та емоцій. Навчитися читати власні емоції та використовувати цю інформацію для саморегуляції і керування поведінкою.

Тренер/тренерка повідомляє, що зараз учасники отримають один з дієвих інструментів, який допоможе розвинути емоційний інтелект – засіб самодіагностики та звернення внутрішньої уваги на власний стан.

Щоб дізнатися, наскільки ви розумієте свої почуття, прийміть зручне положення, зосередьте свій внутрішній погляд на своєму тілі. Скануйте його, які відчуття і де ви переживаєте. Дайте собі відповідь на 3 питання.

1. Яку емоцію я зараз відчуваю?
2. Саме зараз ця емоція корисна для мене?
3. Як часто я відчуваю її?

Описуйте лише ті емоції, які у вас виникають під час читання цих запитань.

Обговорення:

1. Чи легко Вам було відшукати вашу емоцію?
2. Опишіть ваші враження від зустрічі з емоцією та її усвідомлення?
3. Чи легко Вам було розпізнати емоцію?
4. Що ми можемо зробити після усвідомлення власних емоцій?

Тренер/тренерка наголошують на тому, що дана вправа запустила в учасників процес емоційного самоаналізу. Її варто виконувати регулярно в різних ситуаціях (після

хвилюючих подій), що з часом допоможе звертати увагу на свої почуття, усвідомлювати їх і на цій основі знати що з цим робити, а не просто піддаватися впливу емоцій.

Час проведення 10-15 хв.

Вправа «Підсумки»

Мета: підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.

- Що Ви сьогодні для себе зрозуміли?
- Що вам сподобалось на занятті?
- Що було складним?

Підведення підсумків. Відповіді на питання учасників.

Час проведення 5-10 хв.

Заняття 3

Тема: «Управляй емоціями – володій ситуацією №2»

Мета: розвиток самоаналізу, прагнення до самореалізації, вміння розрізняти та управляти емоціями та станами.

Вправа «Привітання»

Мета: створення позитивного настрою, згуртування групи.

Хід вправи. Тренер/тренерка повідомляють учасникам, що вітання у групі буде відбуватися наступним чином: один з учасників тримаючи в руках м'яку іграшку має сказати «Привіт, моя група, За час з минулої нашої зустрічі я для себе відкрив найкориснішого ось що....» і повідомляє, яке відкриття за період між заняттями від

дізнався, зробив чи набув для себе. Після кожного висловлювання група вітає учасника оплесками. Надалі хтось із учасників, кому сподобався виступ товариша піднімає руку та говорить слово «Репост», що означає, що він хоче привітатись та поділитися власним надбанням за тиждень.

Обговорення:

1. Поділіться своїми відчуттями від виконання вправи. Який у вас настрій?
2. Наскільки важливо для молоді рухатись вперед у своєму знанні про оточуючий нас світ? Як це вплине на наш досвід?

Час проведення – 5-10 хв.

Вправа «Відкриття»

Мета: Сприяти готовності до пізнання нового, бажання розкрити себе для себе та оточуючий світ.

Хід вправи. Тренер/тренерка створює задачу: «Прошу вас пригадати свій самий неординарний життєвий досвід за останній час, нагадати собі всі деталі цієї події та подумати, яку користь ви з неї для себе взяли. На це я вам даю 3 хвилини. Після цього ми об'єднуємося в пари та розповідаємо одне одному цю історію. Той, хто слухатиме, має запам'ятати суть та відмітити для себе що нового він/вона дізнались про свого партнера. Для цього у вас буде ще 5 хвилин».

Після завершення учні повертаються в коло та розповідають, що нового вони дізнались про своїх партнерів, що було для них відкриттям та яке враження вони отримали від такої взаємодії.

Обговорення:

1. Чи легко було Вам розповідати про свої історії?
2. Чи цікаво Вам було дізнаватися щось нове про товариша?
3. Що спільного в перегляді стрічки новин чи оновлень блогера та спілкуванні, в якому ви ділитесь одне з одним своїми досягненнями?

4. Як змінилося Ваше знання про нашу групу після прослуховування озвучених «відкриттів»? Чи може це бути корисним для нас?
5. Як змінилося Ваше знання про себе, після того, як Ви розповіли про себе та отримали фідбек?
6. Чи відбулось тільки що пізнання внутрішнього та пізнання зовнішнього у нашій маленькій соціальній спільноті? Чим це корисно?

Час проведення – 15 хв.

Інформаційне повідомлення «Емоційний щоденник»

Мета: познайомити учнів з дієвим методом вивчення та розуміння власних емоцій, способам рефлексії власного емоційного досвіду та його впливу на наше життя.

Хід вправи. Для пізнання себе та подій, що відбуваються в нашому житті, розвитку вміння розрізняти та управляти власними емоціями та станами можна використовувати багато способів, одним з яких є «Емоційний щоденник».

Щоденник емоцій і почуттів — це методика, що допомагає відслідковувати свій емоційний стан для того, щоб краще зрозуміти себе і контролювати.

Людина так влаштована, що спочатку щось відчуває, а потім думає. Але при цьому рідко коли звертає увагу на те, що саме вона відчула. І даремно, тому що саме почуття та емоції мотивують нас до дії, задоволення тих або інших потреб. Вони допомагають нам наповнитись життєвою енергією або втратити її.

Отже, навіщо нам потрібен щоденник почуттів і емоцій? Є кілька пунктів:

1. Допомагає відстежити свої емоції, і свої відчуття за день, проаналізувати, які з них виникають найчастіше переважають над іншими.
2. Дозволяє побачити, що саме призводить до виникнення тих чи інших почуттів.
3. Показує, які ситуації з минулого життя впливають на емоційний стан зараз. Дає можливість працювати над собою у правильному напрямку.

4. Допомагає усвідомити свої потреби, наповнити життя тим, чого в ній по-справжньому не вистачає.

Як правильно вести щоденник емоцій?

1. **Блокнот або зошит.** По можливості носите їх з собою, щоб відразу записувати, які з'явилися у вас цікаві емоції. Можна робити записи в телефоні або за допомогою диктофона. В кінці свого робочого дня перенесіть їх на папір.
2. **Робіть записи регулярно, в один і той же час.** Це можна робити, наприклад, ввечері. Або ж протягом дня в міру того, як вони у вас з'являються. Хороший варіант — кілька разів на день. Тільки розділіть тоді його на частини, припустимо, ранок, обід, вечір і т.д.
3. **Вибірковість.** Складно описати всі почуття і емоції, які ви відчуваєте за день. Згадати їх теж практично неможливо. Тому пишіть про те, що заслуговує на увагу.
4. **Слухач.** Якщо є така можливість, нехай поруч з вами буде той, з ким можна обговорити ваші записи, людина, якій ви довіряєте.
5. **Неупередженість.** Не варто записувати тільки позитивні або негативні емоції. Не діліть їх на хороші і погані. Записуйте все, що відчуваєте.
6. **Проводьте аналіз.** Пару раз в місяць перечитуйте записи. Це допоможе вам зрозуміти, що відбувається у вашому житті, чи можна зараз це змінити і чи потрібно.

Оформлення.

У цьому питанні вимог і обмежень немає. Робіть так, як вам зручно.

Рекомендується зробити кілька розділів:

1. дата, час записів;
2. що сталося;
3. які почуття охопили;
4. чому ви відчули саме ці почуття;
5. що ви зробили в цій ситуації;

6. що ви могли зробити в цій ситуації, але не зробили;
7. яку оцінку можна поставити емоції за шкалою від 1 до 10.

Приклади оформлення щоденника.

дата, час записів	що сталося	які почуття охопили	чому ви відчули саме ці почуття	що ви зробили в цій ситуації	що ви могли зробити в цій ситуації, але не зробили	яку оцінку можна поставити емоції за шкалою від 1 до 10

1. дата, час записів _____
2. що сталося _____

3. які почуття охопили _____

4. чому ви відчули саме ці почуття _____

5. що ви зробили в цій ситуації _____

6. що ви могли зробити в цій ситуації, але не зробили _____

7. яку оцінку можна поставити емоції за шкалою від 1 до 10. _____

Головна порада — вести щоденник регулярно.

Не думайте, що одиничний запис зможе змінити ваше життя. Намагайтеся робити їх щодня. Тільки так ви побачите ситуації, що повторюються у вашому житті раз по раз і те, які емоції в них виникають.

Багато що залишається як би за кадром. Щоденник же допоможе вам усвідомити ці приховані моменти.

Коли ви записуєте емоції на папері, до вас приходить усвідомленість, ви розумієте їх по-новому. Без записів цього не сталося б.

Відповіді на запитання учнів стосовно ведення емоційного щоденника.

Час проведення – 10 хв.

Мозковий штурм «Словник емоцій та почуттів»

Мета: розширення палітри образів щодо різноманітних емоцій, підготовка учасників до точної ідентифікації власних переживань.

Хід вправи. Для того, щоб вести щоденник емоцій необхідно чітко розуміти, яке саме почуття чи передивання зараз нами оволоділо. Іноді людина може переживати широкий спектр емоцій, або дві та більше емоцій одночасно. Усвідомлення емоції передує її вираженню. Іноді людині важко повідомити про свої емоції, підібрати «правильні слова». Для опису емоцій та почуттів потрібний спеціальний словник – емоцій та почуттів. Саме для його створення ми використаємо наступну вправу.

Тренер/тренерка просить учасників пригадати якомога більше слів, які вживаються для опису емоцій та почуттів. Якщо з'ясується, що це нелегко, можна запропонувати певні ситуації, наприклад: "Що буде почувати людина, якій належить ухвалити дуже важливе рішення?" (збентеженість, хвилювання, сум, злість та ін.). Ведучий акцентує увагу на емоціях і почуттях, які часто виникають у спілкуванні, особистісних контактах. Результатом спільної роботи групи є укладання словника емоцій та почуттів, який відображатиме емоційний досвід групи.

Обговорення.

1. Зазвичай учасники називають більше негативних, ніж позитивних емоцій. Коли так буде у вашій групі, запитайте про це. Як пояснити той факт, що названо більше негативних, ніж позитивних емоцій і почуттів?
2. Які емоції наснажують людину?

3. Які емоції позбавляють сил?

Тренер/тренерка наголошують, що існують сотні емоцій і ще більше емоційних відтінків. Дослідники виділяють від чотирьох до десяти основних (або базових) емоцій. Серед них: інтерес (цікавість), радість, здивування, гнів, страждання (горе), відраза, презирство (огида), сором, провина, страх. Лише усвідомлюючи власні емоції, можемо навчитися розуміти емоції інших людей, а також причини, що їх викликали. Фіксувати наявність емоції, ідентифікувати і висловлювати її коректно – означає управляти нею.

Час проведення – 10-15 хв.

Вправа «Аналіз емоцій»

Мета: розширити вміння читати, описувати та інтерпритувати емоції, створювати емоційний образ.

Учасники групи об'єднуються в 3 команди (або в пари) та отримують фотокартки на яких зображені обличчя людей, події з участю людей (Чорнобілі та кольорові). Задача учасників придумати історії до кожної фотокартки та описати емоції, зображені на фото. Після групової роботи команди презентують власні проекти.

Обговорення:

1. Чи погоджуються інші члени групи з аналізом емоцій доповідачів.
2. Спільне обговорення інтерпритації емоційного послання на фото.
3. Які твори мистецтва відображають більшу палітру емоцій (кольорові чи чорнобілі)?
4. Що найкраще допомагає прочитати емоцію іншої людини? (відповідь жести, міміка, вираз обличчя, погляд і ін.).

Час проведення – 10-15 хв.

Вправа «Емоційна підзарядка»

Мета: відчутти вплив невербальних компонентів (рухів, жестів, міміки, інтонації голосу тощо) на емоційний стан.

Хід проведення. Тренер/тренерка запитують: «Чи помічали, спостерігаючи за собою та іншими, що свою вдачу людина передає мовою тіла. Поспостерігайте за футболістами, які забивають голи: один б'є себе в груди (від захоплення й радості), інший піднімає руки догори, третій – плескає в долоні, четвертий пританцьовує та ін. Те ж саме можна сказати стосовно будь-якої діяльності: свій успіх, задоволення, радість людина виражає мімікою, рухами рук, ніг, навіть співом. Відтворюючи рухи радості, перемоги та ін., наповнюємося емоціями та отримуємо наснаження.

Учасникам пропонується стати в коло і пригадати, яким саме способом (якими рухами, звуками) вони виражають свої позитивні емоції (захоплення, радість, успіх). Потім кожен учасник по колу виконує рух, а всі решта його повторюють.

Обговорення.

1. Як себе зараз відчуваєте? Що відбулося в процесі виконання цієї вправи?
2. Як можна назвати техніку управління емоційним станом, з якою ви щойно ознайомилися?

Тренер/тренерка наголошують, що тільки що була техніка «емоційної підзарядки». Запам'ятовуйте рухи, слова, мелодії, які позитивно впливають на ваш настрій і використовуйте їх при необхідності.

Час проведення – 5-7 хв.

Вправа «Заборона на емоції»

Мета: усвідомлення відповідальності за власні почуття, формування здатності до управління емоційними реакціями.

Тренер/тренерка просить зголоситися і вийти у центр кола одного добровольця. За допомогою хусток, шарфів йому послідовно блокують всі канали сприйняття та передавання інформації:

- рот – щоб не сварився і не кричав (зав'яжіть хусточкою рот);
- очі – щоб не бачили нічого недостойного, не виказували ненависть, гнів, невдоволення, щоб не плакали (пов'яжіть хусточку на очі);
- вуха – щоб не чули нічого зайвого (затуліть шарфом вуха);
- ноги – щоб не копалися і не ходили в погані компанії (перев'яжіть хусточкою ноги);
- душу – щоб не страждала (пов'яжіть шарф на тулуб в ділянці серця).

Після завершення процедури тренер/тренерка запитує учасників:

«На що спроможна така людина?

Чи може висловити свою думку? Спостерігати, бачити прекрасне? Творити, обіймати, висловлювати радість? Йти по життю (можна легко підштовхнути)? Співчувати, радіти, довіряти?».

Поступово ведучий звільняє учасника, супроводжуючи свої дії оптимістичними висловлюваннями. Наприклад: «Розв'яжемо очі, щоб ви могли бачити прекрасне і насолоджуватися ним» тощо.

Ведучий запитує добровольця: «Як ви себе зараз відчуваєте? Що відчували впродовж виконання вправи?»

Потім починається обговорення усією групою.

1. Що робити з негативними емоціями?
2. Що нас очікує, коли стримуємо емоції, тобто забороняємо собі їх виказувати? (Невисловлені емоції породжують страх і руйнують душу).
3. Якщо пригнічувати емоції недоцільно, тоді як бути? (Емоції варто висловлювати і робити це в коректній формі).

Емоції – це енергія, якою можна мудро скористатися для позитивних змін. Виникає природне запитання: як конструктивно управляти емоціями, використовувати їхню енергію? Тож будемо продовжувати наші дослідження емоційного світу в наступних зустрічах.

Час проведення – 10 хв.

Вправа «Підсумки»

Мета: підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.

- Що Ви сьогодні для себе зрозуміли?
- Що вам сподобалось на занятті?
- Що було складним?

Підведення підсумків. Відповіді на питання учасників.

Час проведення – 5-10 хв.

Заняття 4

Тема: «Роль емоцій у міжособистісній сфері»

Мета: розвинути спектр емоційних компетентностей через формування емпатійності, соціальної відповідальності, розуміння природи і цінності міжособистісних стосунків.

Вправа «Привітання»

Мета: створення позитивного настрою, згуртування групи.

Хід вправи. Тренер/тренерка пропонують учасникам розпочати привітання з вислову «Привіт моя група, найбільше я ціную в людських відносинах І вам бажаю».

Обговорення:

1. Поділіться своїми відчуттями від виконання вправи. Який у вас настрій?
2. Наскільки важливі людські відносини для окремої людини? Чи можуть замінити відносини в мережі реальне спілкування?

Час проведення – 5 хв.

Інформаційне повідомлення «Наші емоції та міжособистісні стосунки»

Мета: розширити уявлення учасників про роль емоцій для людських відносин.

Емоції забарвлюють людські стосунки, складають його основу. Розуміння власних емоцій та емоцій інших допомагають налагодити гарні стосунки з оточенням. Гармонійні стосунки наповнюють щастям. Емоції і почуття у спілкуванні виконують роль послання, яке акцентує головний зміст повідомлення. Саме задля цього у віртуальному спілкуванні вигадали смайли, які відображають наші почуття та переживання, сигналізують про ставлення. Смайл – це образ нашої емоції, той символ, що інтерпритується однозначно і не потребує пояснень.

Тож у сфері соціальних стосунках емоційна компетентність надзвичайно важлива. У контексті стосунків з іншими людьми вона проявляється в умінні

відчувати емоції і настрої інших людей, розуміти їхню точку зору і проявляти увагу та інтерес до них, вирішувати емоційно напружені ситуації.

Відповідно про емоційний інтелект у соціальних відносинах і буде йти мова.

Час проведення – 5 хв.

Вправа «Малюнок вдвох»

Мета: навчитися домовлятись враховуючи емоційні реакції інших.

Хід проведення. Тренер/тренерка об'єднує підлітків у пари. Кожній парі дає аркуш паперу А4 і олівці (контрастні) та пропонує мовчки намалювати малюнок, спілкуватись, використовуючи тільки міміку (час виконання: 5 хв).

По закінченню роботи тренер показує малюнки групі і запитує:

1. Що це було – діалог чи монолог?
2. Які враження виникли від взаємодії, малюнку?
3. Хто яким кольором малював?

Питання для міркування. 1. Як ми спілкуємося? 2. Чи завжди ми звертаємо увагу на співрозмовника? 3. Чи вміємо взаємодіяти?

Час проведення – 10 хв.

Вправа «Як зрозуміти співрозмовника? Емпатія»

Мета: розвиток емпатії, вміння стати на місце іншої людини і побачити ситуацію з її боку.

Хід вправи. Між двома учасниками, що сидять один навпроти одного, лежить аркуш з цифрою 9 (6) без крапки. Запитання до учасників: яка перед вами цифра? Цифра одна, а відповіді дві. Хто правий? Поміняйтеся місцями.

Обговорення.

1. Що ви тепер бачите? Що відбулося?
2. Що допомагає зрозуміти співрозмовника, зміст його думок, висловлювань, емоцій?

Коментар. Основна мета спілкування між людьми – досягти взаєморозуміння. Взаєморозуміння – це не тільки розуміння інформації, її передавання, приймання, а й розуміння іншої людини як особистості з її потребами, інтересами, переживаннями, з її бажанням виглядати гідно та привабливо в очах інших, бути значущою для них тощо.

Поставити себе на місце співрозмовника, поглянути на ситуацію його очима, дозволяє краще зрозуміти його внутрішній світ, наміри, мотиви, думки й почуття. Цей механізм розуміння в психології називається ідентифікацію.

Не менш важливим механізмом розуміння є емпатія. Ситуація іншої людини не стільки обмірковується, скільки відчувається. Володіти емпатією – це виявляти інтерес і бути уважним, налаштовуватися на «хвилю» переживань інших людей. Висловлення іншій людині розуміння її почуттів та точки зору, навіть, якщо вона відрізняється від вашої, зменшує напругу і налаштовує на співпрацю. Емпатичні стосунки ведуть до особистісного зростання.

Обговорення.

1. Які способи підтримки інших людей використовуєте?
2. Який спосіб підтримки з боку інших вам до вподоби?
3. Що допомагає відчувати полегшення у важку хвилину?

Час проведення – 10 хв.

Вправа «Заморожені» та «гарячі»

Мета: впливати на емоційні реакції інших людей, налагоджувати і підтримувати позитивні міжособистісні комунікації.

Хід вправи. «Заморожені» – це люди без емоцій, вони не реагують на зовнішні чинники. Їхні очі відкриті, дивляться уперед. Тренер/тренерка об'єднує учасників у пари: один заморожений, інший гарячий. Завдання «гарячих» у тому, щоб розморозити заморожених. Інструмент розморожування: жести, міміка, дотик, слова. Потім учасники міняються ролями.

Обговорення.

1. Як почували себе в ролі заморожених?
2. Що допомогло викликати емоційну реакцію, тобто розморозити?
3. В яких життєвих ситуаціях заморожування є доцільним?
4. Які труднощі виникали у вас під час спілкування з співрозмовниками, і як ви їх долали?

Тренер/тренерка наголошують, насправді – без емоцій ми ніби заморожені: скуті, малорухливі. Емоції роблять життя барвистим, а нас – «живими», рухливими, активними, пластичними. Зовнішні стосунки є проекцією внутрішніх процесів. Якщо людина переповнена негативними емоціями, вона має конфліктні стосунки з оточуючими. Пригнічування, заморожування емоцій зменшує потенціал тепла, ніжності й любові. Гармонійні стосунки вибудовують гармонійні люди.

Час проведення – 5-7 хв.

Вправа «Лист»

Мета: розвиток уміння відчувати емоцію іншого через образ, розвиток емпатії, навчити виражати емоцію через образ.

Перед вправою тренер/тренерка запитується про актуальний стан учасників та їх готовність працювати з глибинними емоціями.

Хід вправи. Тренер/тренерка пропонує повправлятися в розумінні і відчутті емоцій інших через зчитування образів, а також вчитися виражати свій емоційний стан через опосередкований образ. Такі техніки допомагають не тільки підвищити рівень емпатії, а і просунутися в саморозумінні, взаєморозумінні та розумінні природи відносин.

Тренер/тренерка наголошує, що світ соціальних мереж передусім був створений для самовираження та експресії власних переживань, реалізації потреби бути почутим, для вияву творчості. Такі активності насамперед виражаються в образах, які ми репрезентуємо у вигляді послань іншим. Образи можуть бути текстовими, графічними, відео. Кожен образ несе в собі нашу емоцію і сенси. Розуміння емоції прихованої за фасадом представленого нам образу наблизить нас до усвідомлення і розуміння того чи іншого послання. Зауважимо, що послання можуть бути як прямими, відкритими, так і подвійного призначення, маніпулятивними. Тож розвиток такої здатності допоможе вберегтися від небезпек мережі.

Тренер/тренерка пропонують знайти в кімнаті для себе зручне місце для творчості, взяти олівці, маркери та листи паперу і прослухати інструкцію.

Інструкція: Кожна людина є неповторною і унікальною. Її внутрішній світ наповнений думками, переживаннями, прагненнями, ідеями, цінностями, уявленнями, сенсами, спрямованостями, образами. Ми є унікальний портрет свого життя. Ми створюємо орнамент своєї неповторності під час дорослішання, взаємодій з іншими, навчання. Кожен з нас переживає події по-своєму, відчуває «свої емоції». Скільки в світі людей – стільки і портретів емоцій та почуттів. Прямо як листя на деревах. Немає жодного схожого одне на одного листочка. Тож я вам зараз пропоную сісти зручно, заплющити очі та відчути себе-емоцію, чи сукупність емоцій (вмикається музичний супровід) //певний час лунає музика. В цей час тренер продовжує// побачте свої емоції,

направте на них свій внутрішній погляд. Якого вони кольору? //пауза// Якої форми? //пауза// Розміру? //пауза// Можливо запаху?//пауза//.

Уявіть себе-емоцію у вигляді листа на дереві. Який це лист? Які емоції розміщені на ньому? ///пауза/.

Побудьте трохи перед цим листом, вивчіть його...//пауза//

Тепер можна роплющити очі. /музика продовжує грати на фоні./

Візьміть аркуші паперу та намалюйте своє послання, емоційний образ у вигляді листа на основі відчутого, прожитого під час виконання вправи. Створіть цей образ послання-емоцію, яка розкаже про вас.

Учасники мають протягом 10 хвилин.

Після того як усі завершать, тренер/тренерка збирає всі малюнки та перемішує їх. Кожен отримує випадковий (не свій) малюнок та має завдання певний час побути з цим малюнком, спробувати зрозуміти його, проникнутись ідеєю, сенсом, цілісністю, яку вони бачать перед собою, спробувати описати для себе емоцію даного образу-послання /музичний супровід продовжується/

Після завершення роботи учні повертаються в коло. Відбувається представлення малюнків:

1. Учасник, який отримав малюнок, описує витвір мистецтва, що він зміг побачити та відчутти споглядаючи його, робить припущення про головну ідею даного образу та її емоційне наповнення.

2. Всі пробують відгадати учасник з яким нікнеймом створив для групи це послання.

3. Учасний який створив малюнок розповідає про свій емоційний образ і що зашифровано в посланні.

4. Під час групового обговорення здійснюється порівняння оригінальної емоції-образу та її інтерпретації іншим.

Обговорення:

1. Які у вас відчуття після виконання вправи?

2. Що вам запам'яталось найбільше?
3. Чи легко було розгадати, відчувти чужий малюнок? Чому?
4. Що ви почували, коли про ваш витвір мистецтва оповідав хтось інший?
5. Чи допомогла вправа зрозуміти себе?
6. Чи допомогла вправа краще пізнати інших?

Тренер/тренерка після обговорення наголошує на тому, що важливо не тільки відчувати свої та чужі емоції у спілкування, але важливо їх вірно інтерпритувати, аби уникнути помилок атрибуції. В мережі такі помилки дуже поширені.

Час проведення – 30 хв.

Вправа «Нічний сторож»

Мета: Емоційне розвантаження, переключення уваги, тренування спостережливості, уміння гнучко і впевнено діяти у невизначеній обстановці, згуртування групи і навчання координуванню спільних дій.

Хід вправи. Ведучий грає роль нічного сторожа. Він зображує сплячого – повертається спиною до інших учасників і не дивиться на них. За ним розташовується який-небудь невеликий предмет, який він "охороняє". Решта стоять на відстані п'яти метрів від сторожа, за командою починають рухатися. Один із них грає роль злодюжки, його завдання – непомітно для сторожа стягнути предмет, а потім торкнутися ним кожного з учасників. Сторож раз на 6 секунд прокидається, повертається в бік учасників і спостерігає за ними – не більше 5 секунд. Коли повертається сторож, всі завмирають у тих позах, в яких їх застав сторож. Коли сторож засинає і відвертається, учасники можуть рухатися. Завдання сторожа – зрозуміти, хто злодій, – до того, як злодій торкнеться всіх учасників. На це дається 3 спроби. Учасники допомагають злодюжці маскуватися.

Обговорення.

1. Які враження виникли в учасників упродовж гри?
2. Які якості важливіші для "сторожа", "злодюжки", рядових учасників?

3. Де в реальному житті затребувані ці якості?

Час проведення – 5-7 хв.

Вправа «Підсумки»

Мета: підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.

- Що Ви сьогодні для себе зрозуміли?

- Що вам сподобалось на занятті?

- Що було складним?

Підведення підсумків. Відповіді на питання учасників.

Час проведення – 5-10 хв.

Заняття 5

Тема: «Емоційний інтелект для управління поведінкою імпульсами, боротьби зі стресом»

Мета: надати інструменти для протидії негативному зовнішньому впливу.

Вправа «Привітання»

Мета: створення позитивного мікроклімату, налаштування на роботу учасників групи.

Хід вправи: Тренер/тренерка пропонує об'єднатися учнів у пари. Протягом 3 хвилин кожен учасник розповідає про себе 3 речі, які він хотів би висвітлити у своєму офіційному блозі. Інший учасник запам'ятовує цю інформацію.

Коли всі повертаються в коло, то починають презентувати одне одного відповідно того, що вони почули про свого партнера за таким прикладом: «Всім привіт. Я ...(називає ім'я свого партнера по вправі) і хочу поділитися наступним... (називає три важливі речі про сусіда). Усім вдалої роботи сьогодні.

Обговорення:

1. Опишіть ваші враження від вправи. Які емоції вас наповнюють?
2. Опишіть ваші відчуття коли ви були в ролі вашого сусіда
3. Що ви дізнались нового?

Час проведення – 5-10 хв.

Інформаційне повідомлення

«Залежність міжособистісної поведінки від емоцій»

Мета: обговорення взаємозв'язку між емоційною сферою і типами поведінки, означити для молоді пріоритетність асертивного типу поведінки.

Хід вправи. Тренер/тренерка повідомляють, що на цьому занятті учасники познайомляться з методами та техніками, що допомагають ефективно управляти собою в ситуаціях тиску чи маніпуляцій, чи то стресових ситуаціях. Адже такі ситуації трапляються з нами протягом всього життя як в реальному житті так і у віртуальному.

Поведінка є закономірним наслідком емоційних реакцій. Отже, управляючи емоціями – регулюємо власну поведінку. Виокремлюються три типи поведінки: пасивна, агресивна, асертивна.

Пасивна (пасивно-агресивна) поведінка. Зміст пасивної поведінки – догодити оточенню, уникнути конфлікту, виглядати в очах інших приємними людьми.

Ознаки пасивної поведінки: заперечують власні потреби; приховують почуття, думки, бажання, рідко їх висловлюють; жертвують інтересами, потребами заради інших; уникають активних контактів з оточуючими, складних ситуацій; виправдовуються або вибачаються при найменшій критиці; вважають, що інші користуються їх добротою; схильні накопичувати образи і плекати плани віддаленої помсти; раптово вибухають за неадекватної ситуації через накопичену в собі гіркоту образ; уникають відповідальності, надають це право іншим; не відстоюють своїх прав, не вміють протистояти маніпуляціям з боку інших людей; іноді самі намагаються маніпулювати іншими, викликаючи у них жалість, почуття провини.

Наслідки: їхні потреби не задовольняються, відчують себе жертвами; недостатньо управляють власним життям, дають можливість іншим керувати собою; не вміють себе захистити, тому ними маніпулюють інші люди; виникає почуття образи та неприязні до осіб, заради яких жертвують; порушуються стосунки; втрачають самоповагу; не завжди досягають бажаного, не використовують сприятливих можливостей.

Агресивна поведінка. Використовується особами, які переймаються лише своїми потребами, думками та почуттями і досягають бажаного будь-яким шляхом. Не враховують права і справедливі вимоги інших. Зміст агресивної поведінки – домінувати, відстоювати свої права за рахунок інших людей. Ознаки агресивної поведінки: вважають власні потреби та думки пріоритетними; ігнорують почуття та потреби інших; недооцінюють співрозмовника; висловлюють думки, почуття і бажання у нав'язливій формі: вимог, наказів, звинувачень, погроз; перекладають відповідальність за свої дії на інших; самостверджуються за рахунок інших; висловлюються голосно, перебивають; контролюють власне життя та оточуючих.

Наслідки: задовольняють свої потреби, досягають бажаного; провокують агресію у боку інших, часто виникають конфлікти; втрачають довіру й повагу людей; згодом з'являється відчуття незахищеності, загрози та страху.

Асертивна поведінка. Асертивність часто визначають як золоту середину між пасивною і агресивною поведінкою.

Зміст асертивної поведінки – чесно і прямо виражати свої думки, почуття, бажання, переконання, відстоювати власні права (в конструктивній формі), не порушуючи при цьому прав інших людей.

Ознаки асертивної поведінки: є відповідальними за власну поведінку, не звинувачують інших у своїх негараздах; відстоюють власні права і переконання, водночас, ставлячись з повагою до інших; цінують стосунки з іншими людьми, уміють уважно слухати і розуміти, щиро висловлюють позитивні та негативні емоції без ворожості та образливої переваги, визнають за іншими право помилятися, не

осуджують за це; знають, чого хочуть або не хочуть і можуть це чітко сформулювати; уміють домовлятися, знаходити рішення, що задовольняють обидві сторони; досягають свого, не використовуючи маніпуляцію і прийоми емоційного шантажу; вміють себе захистити (не дозволяють іншим дошкуляти або використовувати), доброзичливо і впевнено відмовляти; сприймають компліменти і похвалу без удаваної скромності.

Наслідки: досягають бажаного, не порушуючи прав інших; вибудовують добрі стосунки; з ними хочуть мати справу ділові партнери; задоволені собою, своїм життям; деякі вважають їх надто пробивними і наполегливими; не завжди асертивних людей сприймають позитивно, тому що вони не приховують своїх емоцій; можуть їм заздрити.

У висновку можемо констатувати, що асертивна поведінка є найбільш ефективною для загального та індивідуального добробуту. Асертивна поведінка – це впевнена поведінка у якій відсутня агресія та маніпулятивність. Асертивній поведінці можна навчитись

Час проведення – 7-10 хв.

Мозковий штурм «Правила впевненої людини»

Мета: обговорення правил впевненої людини. Визначення необхідності та можливості життя за даними правилами.

Хід вправи. Тренер/тренерка пропонують об'єднатись в 3 команди і попрацювати над запитанням «Риси впевненої людини».

Після завершення роботи в групах, учасники презентують власні напрацювання. На ватмані записуються погоджені всіма трьома групами риси.

Надалі проводиться обговорення плакату, який презентує ведучий «Правила впевненої людини»:

- Я маю право оцінювати власну поведінку, думки і емоції і відповідати за їх наслідки.

- Я маю право самостійно обмірковувати, чи відповідаю я взагалі або в певній мірі за вирішення проблем інших людей.

- Я маю право змінити свою думку.

- Я маю право помилятися і відповідати за свої помилки.

- Я маю право сказати: «Я не знаю».

- Я маю право приймати нелогічні рішення.

- Я маю право сказати: «Я тебе не розумію».

- Я маю право сказати: «Мене це не цікавить».

Обговорення:

1. Як можна трактувати даний запис?
2. У чому полягає справжня впевнена поведінка?
3. Чи є вам що додати?

Час проведення: 10 хвилин.

Вправа «Оцінка».

Мета: удосконалення навичок впевненої поведінки.

Хід вправи.

Інструкція: Уявіть собі, що ви отримали низьку оцінку. Скоро закінчення семестру і ця оцінка «дуже небажана». Вам треба умовити вчителя не ставити оцінку в журнал, або умовити, щоб вчитель поставив оцінку олівцем. Будь-які варіанти виправлення цієї ситуації.

Вибирається учасник, який буде виконувати роль вчителя і учасник, який виконує роль учня. Потім пари змінюються.

Обговорення:

1. Кому вдалося умовити «вчителя»?
2. Чому саме цьому учню вдалося переконати, якими він користувався технологіями?

3. Чому не вдалося виконати завдання іншим? Питання до тих учасників, які не змогли переконати «вчителя» і до людини, яка виконувала роль вчителя.

Час проведення: 10 хвилин.

Вправа «Декларація моєї самоцінності»

Мета: навчити бачити свій внутрішній світ, відчувати власну цінність, підвищення впевненості та самооцінки.

Хід вправи. Тренер/тренерка проговорює для учасників тренінгу, що асертивність та впевненість як риси емоційно компетентної особистості неможливо розвинути без любові до себе та самоваги. Відчувати власну цінність так же важливо як і розуміти власні емоції. Життєвий шлях кожної людини неповторний. Кожна особистість має право бути, заслуговує на повагу і особисту гідність, саморозвиток і саморозуміння. Кожна людина є цінністю для світу і для себе!!!

Саме тому важливо присвячувати час тому, щоб заглянути всередину себе, заглибитись і усвідомити себе у всіх подробицях, нюансах, думках, діях і переживаннях. Відчутти свою унікальність, з одного боку, і свою причетність до абсолюту, з іншого. Зібрати і оглянути себе перед самим собою «єдиним поглядом». Побути з самим собою, поговорити і прислухатися до відповідей, що йдуть зсередини. Щоб підтримати себе, знаючи про себе і не зраджуючи себе.

Це наше вміння себе враховувати і про себе піклуватися в реальному житті є основою для побудови близьких і довірливих стосунків з іншими. Є базою для відносин і відправною точкою для успіху в справах.

Отже, зараз ми з вами проведемо техніку «ДЕКЛАРАЦІЯ МОЄЇ САМОЦІННОСТІ» (за Вірджинією Сатир)

Вмикається спокійна медитативна мелодія (для фону), учасники розміщуються в будь-якій частині приміщення у зручному для себе положенні та заплющують очі.

Тренер/тренерка починає інструкцію

Я - це Я.

В усьому світі немає нікого точнісінько такого, як Я.

Є люди чимось схожі на мене, але точно такого, як Я, немає.

Мені належить усе, що є в мені:

- моє тіло і його дії;
- моя свідомість та її думки і плани;
- мої очі та всі образи, які вони можуть бачити;
- мої почуття, якими б вони не були - тривога, напруження, любов, роздратування,

радість;

- мій рот і всі слова, які він вимовляє (ввічливі, ласкаві або грубі, правильні чи хибні);

- мій голос;

- усі мої дії, звернені до інших людей чи до самого себе;

- мої фантазії, мої мрії, мої надії та мої страхи;

- мої перемоги й досягнення, всі мої поразки й помилки.

Усе це належить мені. І тому Я можу близько познайомитися з собою. Я можу полюбити себе і подружитися з собою. І Я можу зробити так, щоб усе в мені допомагало мені.

Я знаю, що дещо в мені не подобається мені, і що є в мені щось таке, чого Я не знаю. Але оскільки Я люблю себе і дружу з собою, Я можу обережно й терпляче відкривати в собі джерела того, що тривожить мене, дізнаватися все більше і більше про себе.

Усе, що Я бачу й відчуваю, Усе, що Я кажу, і що Я роблю, про що Я думаю та як Я відчуваюся зараз, - це моє, яке досить чітко дозволяє мені зрозуміти, де Я і хто Я у цю мить.

Коли Я вдивляюся у своє минуле, дивлюся на те, що бачив та відчував, Що Я говорив і що Я робив, як Я думав і як Я відчувався, Я відчуваю, що мене це не повністю влаштовує. Я можу відмовитися від того, що здається невідповідним, або,

навпаки, зберегти те, що здається дуже потрібним мені, а також відкрити, віднайти щось нове у самому собі.

Я можу бачити, чути, відчувати і певним чином почуватися, думати, говорити й діяти.

Я маю все, щоб бути близьким з іншими людьми, щоб бути продуктивним, вносити змістовність і лад у світ речей та людей довкола мене. Я належу собі, і саме тому...

Я МОЖУ БУДУВАТИ СЕБЕ.

Я - це Я, і Я - це чудово!!!

Обговорення:

1. Чи вдалось вам доторкнутися до власних почуттів?
2. Що ви відчували при виконанні вправи?
3. ЧИ змінилося ваше самовідчуття і розуміння себе після виконання вправи?

Час виконання 10 хв.

Тренер/тренерка наголошують, що для того аби бути успішним, продуктивним та перебувати в мирі з собою та іншими варто вміти опановувати негативні емоції та переживання, вміти боротися зі стресом.

Наші емоції нерозривно пов'язані з тілом. Тому працюючи з одним ми можемо впливати на інше. Існує безліч технік керування своїми емоційними станами. Як правило вони базуються на дихальних методах, релаксації, роботі з уявою та з використанням творчості – арт-терапія. На нашому занятті ми розглянемо декілька простих, але дієвих технік.

Вправа «Заспокійливе дихання/мобілізує дихання»

Мета: забезпечити техніками впливу на свій психофізичний стан.

Хід вправи. Тренер/тренерка повідомляє, що дихальні вправи допомагають опанувати себе, заспокоїтись, або навпаки мобілізуватись, вивівши себе з депресивного стану.

Вправа розпочнеться із заспокійливого дихання. Воно врівноважує нервову систему та заспокоює організм. Використовуємо цю техніку в стані емоційного напруження, при тривозі, стресовому стані, при агресивності.

Інструкція: «Розмістіться зручно, можете заплющити очі. Заспокійливе дихання – це дихання при якому вдих вдвічі коротший за видих. Розпочинаємо

Подумки рахуємо: «1,2,3» - «Вдих», пауза «1,2,3,4,5,6» – «Видих»»

Повторюємо 5 разів.

Тепер спробуємо мобілізуюче дихання. Воно активізує нервову систему та тонізує організм. Використовуємо, коли млявість, нестача енергії.

Інструкція: «Розмістіться зручно. Мобілізуюче дихання – це дихання при якому вдих та видих однакові. Дихати потрібно швидко, набираючи повітря в груди

Подумки рахуємо: «1,2,3» - «Вдих», «4,5,6» – «Видих».

Повторюємо 5 разів.

Обговорення:

1. Чи сподобалась вам вправа?
2. Чи відчули ви ефект від виконання вправи?

Час виконання 10 хв.

Вправи на релаксацію та візуалізацію

Релаксація – це метод за допомогою якого можна частково, або повністю позбавлятися від фізичної, або психічної напруги. Релаксація – це стан розслаблення та спокою.

Вправа «Квітка радості»

Мета: забезпечення техніками врівноваження психофізичного стану, пошуку ресурсів.

Хід вправи. Тренер/тренерка зачитує інструкцію: «Закрийте очі і уявіть, що у вас у руках знаходиться чарівна квітка - Квітка Радості. Ваші руки відчують незвичайне тепло, квітка зігріває вас, ваше тіло, вашу душу. Ви протягуєте руку і розглядаєте Квітку Радості. Уявіть собі якого вона кольору. Якого розміру? Можливо, вона має запах. А, можливо, ви почуєте приємну музику, яка лине від квітки...І вам хочеться її послухати. Подумки зберіть усю радість від цієї квітки й помістіть у своє серце. Ви відчуваєте, як радість входить у вас, як зігріває вашу душу... Я хочу, щоб сьогодні й надалі ви відчували допомогу від Квітки Радості. І коли у вас неприємності, або погано на душі, можна собі допомогти тим, що ми робимо зараз: уявити в руках Квітку Радості й подумки помістити її в своє серце. А зараз відкриваємо очі».

Обговорення:

1. Поділіться відчуттями після виконання вправи.
2. Чи були якісь труднощі при виконанні вправи?
3. Давайте поговоримо про ваш стан після виконання вправи.

Час виконання 10 хв

Вправа «Храм Світла»

Мета: забезпечення техніками врівноваження психофізичного стану, пошуку ресурсів.

Хід вправи. Тренер/тренерка зачитує інструкцію під музичний супровід:

«Уявіть пагорб, який вкрила зелень.

Стежка веде на вершину, де височіє Храм Світла.

Стоїть весняний ранок, сонячний і теплий. Зверніть увагу, у що ви одягнені. Піднімаючись стежиною, почніть усвідомлювати власне тіло і відчуйте, як ваші ноги торкаються землі. Відчуйте на обличчі вітерець. Розглядайте дерева, кущі, трави, польові квіти.

Ви наближаєтеся до вершини пагорба.

Храм Світла оточила атмосфера вічної безмовності. Тут ніколи не лунало ні єдиного слова...

Ви наблизилися до великих дерев'яних воріт храму. Ви бачите як ваші руки торкаються їх і відчуваєте дотик до дерева. Перш ніж відчинити двері, усвідомте, що всередині Храму вас оточить Світло.

Ви входите в пронизану світлом тишу і відчуваєте, що вона охоплює вас. Вас огортають промені доброго, теплого, могутнього світла.

Дозвольте Світлу увійти у вас. Відчуйте, як воно тече по жилах і проникає в кожну клітину вашого тіла.

Залишайтеся в цьому світлі дві-три хвилини. Світло може бути наповнено силою, добром та благополуччям. Повільно залишіть сяючу ділянку, пройдіть назад і вийдіть за ворота храму».

Обговорення:

1. Поділіться відчуттями після виконання вправи.
2. Чи були якісь труднощі при виконанні вправи?
3. Чи вдалося вам досягти світла всередині храму?
4. Як ви думаєте чим корисні дві попередні вправи?

Час виконання 10 хв

Тренер наголошує на тому, що творчість є одним із механізмів, які можуть збалансувати наші емоції та допомогти досягти рівноваги. Виявом творчості є малювання. Тож зараз спробуємо помалювати.

Вправа «Вільний малюнок»

Мета: забезпечення техніками врівноваження психофізичного стану, пошуку ресурсів.

Хід вправи. Тренер/тренерка зачитує інструкцію:

1. Візьміть кольорові олівці або фломастери і кілька аркушів паперу. Перш ніж приступити до малюнка, дозвольте собі на кілька секунд розслабитися, заспокоїтися.

2. Тепер нехай рука почне малювати. З помірною цікавістю стежите за тим, що з'являється на папері.

3. Дозвольте руці малювати все, що їй заманеться, абстрактне або конкретне. Якість малюнка значення не має, навіть якщо він не відповідає вашим нинішнім уявленням про себе. І нехай рука рухається як хоче – плавно або уривчасто, швидко або повільно і т.д.

4. Коли ви відчуєте, що закінчили, вивчіть свій малюнок. Чи справді він закінчений, чи йому бракує останнього штриха? Якщо так, то додайте все, що хочете.

5. Складаємо історію про цей малюнок. Ділимося своїм творінням в колі.

Обговорення:

1. Як ви гадаєте, що у вас вдалося при виконанні вправи?
2. Розкажіть про свій малюнок. Можливо ви щось для себе відкрили нове в ньому?
3. Як змінились ваші відчуття та почуття після виконання вправи?

Час виконання 20 хв

Вправа «Підсумки»

Мета: підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.

- Що Ви сьогодні для себе зрозуміли?
- Що вам сподобалось на занятті?
- Що було складним?

Підведення підсумків. Відповіді на питання учасників.

Час виконання 5-10 хв.

Заняття 6

Тема: «Медіаграмотність як моя суперсила №1»

Мета: «Розвиток критичного мислення та соціальних компетентностей у сфері медіасередовища».

Вправа-Привітання «Моя суперсила»

Мета: створення позитивного мікроклімату, налаштування на роботу учасників групи, розвиток творчості, свободи мислення, емоційної компетентності.

Перед початком заняття тренер/тренерка має підготувати приміщення відповідним чином. Потрібно закрити вікна темною тканиною, аби створити атмосферу таємничості. Варто подбати про світлові ефекти, щоб у кімнаті на стелі відбивались, наприклад, лазерні промені, а проектор транслював на мультимедійну дошку зображення космосу, або відео абстрактних картин. На території класної кімнати треба розкласти м'які іграшки, фото відомих людей, речі, предмети одягу, різні дрібнички (кубики Рубика, лего, шкатулки), м'ячі і інший реквізит. На стінах мають бути розміщені різноманітні банери, фото відомих блогерів, акторів. Стільці мають бути м'якими. Їх необхідно розставити у довільній послідовності. Кімната має відрізнятися деякою футуристичністю. Звучить таємнича музика.

Хід вправи. Учні заходять в приміщення та отримують наступну інструкцію:

«Ви потрапили у віртуальний простір. Огляньтесь навколо, пройдіть глибше в кімнату, дослідіть її. Пройдіть по всій кімнаті та оберіть для себе свій тотем на сьогодні (іграшка, сувенір, річ, які містяться по всій кімнаті). Він має відображати ваш настрій та характер, а також, з ним у вас розкривається ваша суперсила. Тепер знайдіть для себе місце, де вам буде найзручніше на сьогодні. Всідайте зручніше. Озирніться ще раз навколо. Прислухайтесь до свого внутрішнього голосу, визначіть, яка у вас є суперсила? Суперсила – це наша якість, вміння, або здібність (чи ще щось), які роблять нас унікальними та неповторними; ця сила допомагає нам долати труднощі, встановлювати добрі взаємини, допомагає досягати успіху. Відкрийте для себе свою суперсилу»

Учні працюють над завданням 5 хвилин. Після чого залишаються на своїх місцях.

Надалі кожен вітається з групою та показує всім свого тотема, а також говорить, яку суперсилу він має. Висловлювання кожного учасника підкріплюється оплесками.

Обговорення:

1. Як вам атмосфера в приміщенні?
2. Чи легко було обрати тотем та відкрити суперсилу?
3. Що ви нового дізнались про себе, про інших?
4. Поділіться своєю емоцією після вправи.

Тренер/тренерка проговорюють, що ця кімната можливо віддалено, але все ж таки моделює медіапростір та соціальні мережі. В соцмережу ми також потрапляємо, як у деяке незвичне місце, нереальне, де можна споглядати багато різноманітних перформансів, де можна і треба обирати аватар/образ в мережі, де ми самі вирішуємо яке буде наше місце і яка роль в цій спільноті. Чи ми будемо активними контентмейкерами, чи коментаторами, чи просто споживачами контенту. Це все наш образ – профіль у віртуальному світі. Тож ким ми хочемо бути і як розвиватись в мережі, яка для нас роль мережі в житті? Про це варто задуматись...

На початку наших зустрічей ми уже з вами говорили про такий рівень медіакультури особистості як медіапросьюмеризм – активний поміркований юзер, який має необхідні медіакомпетентності.

Для чого ці компетентності необхідні ми з вами зараз спробуємо зрозуміти.

Час виконання 15 хв.

Вправа «Шум» + інформаційне повідомлення «Суперсили медіаграмотної особистості»

Мета: показати учасникам, що у медіапросторі, наповненому безліччю джерел та користувачів, непідготовленому користувачу дуже легко розгубитися. Опредметнення небезпеки мережевої некомпетентності.

Хід вправи. Тренер/тренерка дають завдання усім придумати рекламний слоган для свого каналу на You-Tube. Це має бути чіткий слоган з одного речення. Коли всі

будуть готові тренер/тренерка просять вийти одного добровольця в центр кімнати, але не для того, щоб зачитати свій слоган. Задача полягає в тому, аби обрати для себе необхідний канал за власними вподобаннями. Коли учасник буде готовий слухати реклами каналів учасників групи, ведучий дає сигнал усім одночасно почати презентувати свої напрацювання.

В цей час у кімнаті буде дуже гамірно і нашому слухачу скоріш за все не вдасться зрозуміти, який канал чого вартий, яка його тематика.

Обговорення:

1. Яке враження у вас від виконання вправи?
2. Що ви відчували, коли отримали не те на що сподівались?
3. Чи зрозуміли ви, який канал оберете для перегляду і підписки?
4. Як ви думаєте, чому так стається в мережі?

Тренер тренерка підводить учасників до думки про те, що в мережі багато чого відбувається хаотично, закранне спілкування сповнене небезпек, через відсутність можливості перевірити, хто знаходиться на іншому боці монітора, різноспрямовані медіаплатформи прагнуть охопити якомога більшу аудиторію, а тому використовують маніпулятивні техніки і ін. Все це несе загрози нашому розвитку. Адже в такій кататонії медіавкидів, різноманітності джерел, блогерів, платформ дуже легко обрати не вірний вектор, прийняти хибні позиції, цінності, ідеї, уявлення. А це все вплине на нас в майбутньому.

Тому ідея стати освідченою медіаграмотною особистістю є вірним вибором для нас. Зрозуміло, що інформаційна революція та глобалізація зробили наше сприйняття світу значною мірою залежним від того, як його подають медіа. На жаль, медіа відповідним чином не відреагували на збільшення відповідальності, їхні матеріали часто не перевіряються належно, містять елементи маніпуляції та підтасувань. У цих умовах медіаосвіта – шлях до того, щоб озброїти людину можливістю самозахисту від недобросовісної медіаінформації.

Американський науковець Р. К'юбі бачить мету медіаосвіти в тому, щоб «дати учням розуміння того, як і чому медіа відображають суспільство і людей», а головне – «розвивати аналітичні здібності і критичне мислення щодо медіа» разом з вивченням їхньої мови.

Тож згадуючи нашу першу вправу, якими суперсилами має володіти особа в Інтернеті?

1. Наявність критичного мислення (десакралізація медіа).
2. Здатність до емоційно-вольової регуляції власної поведінки в мережі (Протидія медіазалежності).
3. Здатність протистояти пропаганді та маніпуляціям.
4. Рефлексивність у мережі.
5. Навички користування засобами зв'язку.

Отже це і наступні наші заняття будуть присвячені розвитку цих суперсил.

З емоційною сферою ми вже плідно попрацювали, це дозволить нам використовувати емоційний інтелект для удосконалення навичок медіаграмотності та регулювати власну поведінку в мережі.

Що ж до критичного мислення, то варто наголосити, що це комплекс мисленнєвих операцій, що характеризується здатністю людини:

- аналізувати, порівнювати, синтезувати, оцінювати інформацію з будь-яких джерел;
- бачити проблеми, ставити запитання;
- висувати гіпотези та оцінювати альтернативи;
- робити свідомий вибір, приймати рішення та обґрунтовувати його.

У медіасередовищі критичне мислення виконує роль медіаімунітету особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіасередовищу, забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіапродукції, що передбачає медіаобізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, оминати інформаційне

«сміття», захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів.

Час виконання 15 хв.

Вправа «Інструкція»

Мета: Показати, які фактори можуть впливати на те, що ми неуважно сприймаємо контент, і як нами можна зманіпулювати.

Хід вправи. Тренер/тренерка роздає роздруковані “інструкції” кожному учасникові із проханням не дивитись на текст, поки тренер не дозволить. Оголошується, що часу дуже мало і треба все виконувати швидко. У тексті багато завдань, деякі з яких можуть бути абсурдними, наприкінці міститься вказівка про те, що завдання можна і не виконувати, треба тільки почекати команди тренера, і як тільки пролунають слова «Вітаємо на тренінгу», підняти аркуш угору. Тренер говорить, що на першого, хто виконає вправу, очікує приз. Тренер має увімкнути таймер, постійно нагадувати учасникам, що вправа на швидкість, і час швидко спливає. Обов’язково наголошувати, що можна пересуватися кімнатою та почувати себе вільно під час вправи.

Через 3 хвилини ведучий голосно каже: «Вітаємо на тренінгу». Частина учасників зрозуміє, що всі дії не потрібно було робити, а частина і далі буде виконувати завдання, не звертаючи увагу на передостанній пункт і, не дочитавши інформацію до кінця.

Інструкція: «Для того, щоб пройти цей тест, у вас є 3 хвилини. Виконуйте завдання з максимальною швидкістю. Прочитайте та обов’язково виконайте всі пункти завдання. Перший отримує винагороду!

1. Виконуйте завдання тільки самостійно!
2. Запишіть імена людей, що сидять поруч з Вами. Не важливо, знаєте Ви їх чи ні
3. Запишіть їх точний вік, дату народження

4. Візьміть контакти у трьох учасників на ваш вибір
5. Зробіть селфі з тренером, але так, аби це було фото з емоціями і з найкращого ракурсу
6. Запишіть кілька імен людей, що мають домашніх тварин
7. Запишіть імена їхніх тварин
8. Знайдіть 3 людей з блакитними очима та запишіть їхні імена
9. Дізнайтесь, з ким серед учасників у вас день народження в одному місяці.
Запишіть їх імена
10. Зробіть фото втрьох
11. Знайдіть людину, яка підкорила Говерлу
12. Якщо Ви ще не розпочинали виконання, то не кваптесь. Усі пункти можна пропустити і не виконувати. Винагороди не буде, це жарт. Важливі три наступні пункти
13. Будь ласка, зробіть вигляд, що читаете, і зачекайте оголошення з наступного пункту
14. Коли тренер скаже слова: «вітаємо на тренінгу» встаньте і підніміть інструкцію догори та голосно скажіть: «Я вмію уважно читати»
15. Дякуємо, що перш ніж Ви починаєте діяти, Ви уважно і до кінця читаете інструкцію

Обговорення:

1. Як ви вважаєте, яка була мета вправи?
2. Що вплинуло на ваш вибір і стратегію виконання вправи?
3. Чи уважні ви були, коли переглядали інструкцію?
4. Чи була це з боку тренера маніпуляція?

Коментар тренера: Дана вправа покликана показати, що будь-який текст треба ретельно дочитувати до кінця, не обмежуючись заголовком. Будь-яке медіапослання в мережі на основі якого в нас може скластись уявлення про подію чи випадок, сформувавшись певне ставлення, варто додивлюватись до кінця, адже там може міститись

найважливіша для ваших висновків інформація. Крім того, ми менш критично сприймаємо контент, коли діємо під тиском часу, коли нас «підганяють», коли є змагальність (наприклад, бути першими у поширенні сенсаційної інформації). Вміння критично мислити залежить від вашого розуміння ситуації, емоційного стану.

Час виконання 7 хв.

Вправа «Маніпуляції з кольором: червоне- чорне»

Мета: показати учасникам те, наскільки вибірковим є наше сприйняття інформації.

Хід вправи: тренер дає завдання групі: «Уважно роздивіться навколо та запам'ятайте всі предмети червоного кольору». Потім просить учасників закрити очі й назвати всі ЧОРНІ предмети в кімнаті.

Обговорення:

1. Які у вас відчуття після виконання вправи?
2. Чи є у вас досвід зіткнення з подібними маніпуляціями у реальному житті?
3. Які висновки можна зробити після виконання вправи?

Тренер наголошує, що нами легко маніпулювати, перемикаючи нашу увагу на якісь інші речі, фокусувати на потрібних акцентах. Це призводить до формування хибних висновків, які не відповідають дійсності.

Час виконання 7 хв.

Вправа «Сніжинка»

Мета: Показати, які чинники впливають на сприймання інформації. Змоделювати механізм впливу на свідомість мережевих маніпулятивних технік.

Хід вправи: тренер дає учасникам один аркуш паперу будь-якого розміру.

Наголошується, що виконати дії із аркушем необхідно відповідно до вказівок тренера. Виконувати вправу необхідно мовчки та із заплющеними очима (це важливо

для досягнення необхідного результату), можна стоячи в колі, можна сидячи на своїх місцях.

Приклад переліку вказівок до дій з аркушем, які проголошує тренер після інструктажу та заплісування очей учасниками:

- 1 Зігніть аркуш удвоє.
- 2 Відірвіть в аркуша правий нижній кут.
- 3 Відірвіть в аркуша правий нижній лівий кут.
- 4 Зігніть аркуш удвоє та відірвіть верхній кут листочка.

Зауваження. Тренер умисно говорить швидко, аби сприяти помилкам (моделювання ситуації, коли необхідно приймати рішення швидко), робить помилки в інструкції, на кшталт - відірвіть лівий правий кут (моделювання отримання неточної інформації). Після останньої вказівки, тренер просить учасників розплющити очі, розгорнути свої аркуші та підняти їх догори, щоб всі мали можливість бачити результати. Після цього тренер запитує учасників, чому так сталося, що всі мають різні паперові “сніжинки”, адже вказівки були для усіх з одного джерела й однакові.

Тренер підсумовує: «В умовах, коли ми не маємо можливості перевірити інформацію, уточнити некоректну інформацію чи принаймні перепитали в інших отримувачів цієї інформації, ми сприймаємо всі її “по-своєму” і приймаємо різні рішення. Саме так трапляється при недостатній увазі до інформації з медіапростору, перегляді телебачення, яке не можливо перепитати, чи при отриманні інформації з одного джерела та прийняті рішення на її основі без перевірки та уточнень.

Час виконання 7 хв.

Вправа «Вірю-не вірю»

Мета: Продемонструвати учасникам певні «маркери брехні», показати маніпулятивну технологію «напівправди», коли той, хто хоче поширити фейк, маскує його під правду, ховає серед правдивої інформації.

Хід вправи: тренер пропонує учасникам узяти участь у вікторині та голосувати ногами. Визначається, де в кімнаті буде сторона “Вірю”, а де - “Не вірю”. Учасників просять ставати на обрану ними сторону, у залежності, що це правда («Вірю!»), чи це неправда («Не вірю!»). Після кожного обговорення записується на фліпчарті маркер можливої неправдивості інформації «Додаток 3».

Обговорення:

Відбувається коментування зачитаних тверджень та узагальнення записаних маркерів брехні та маніпуляцій.

Тренер робить загальний висновок щодо найбільш вірогідних маркерів фейків і маніпулювання: тиск авторитетом і експертною думкою; узагальнення; тиск статистичними даними без указування джерела; використання інформації, яку неможливо перевірити; використання емоцій та тиск ними.

У сприйнятті інформації, тим більше реагуючи на неї емоціями чи діями, важливо не покладатися винятково на власний життєвий досвід, бо саме на таку нашу «довірливість» розраховують маніпулятори. Будь-яку інформацію, тим більше перед поширенням іншим людям, прийняттям власних життєвих рішень, слід ретельно перевірити.

Час виконання 10 хв.

Мозковий штурм «Правила перевірки інформації»

Мета: Узагальнення та аналіз правил визначення достовірності інформації.

Хід вправи: Тренер/тренерка пропонують об’єднатися в 3 команди, кожна з яких отримують проблемне запитання «Правила перевірки інформації в мережі». Робота в групах триває 5 хвилин, після чого відбувається презентація напрацювань.

Тренер/тренерка виводить на екран алгоритм «6 кроків для перевірки інформації в медіа».

Межа між правдою, фейком і маніпуляцією надто тонка, щоб покладатися лише на інтуїцію. Тому розглянемо шість пунктів, які важливі для будь-якого повідомлення в медіа.

1. Перевіряємо авторство (Хто автор/ка матеріалу? Які ще матеріали під цим іменем опубліковані? Якою може бути авторська мотивація?)

2. Перевіряємо джерело чи джерела повідомлення (Хто надав інформацію чи спонукав медіа оприлюднити матеріал? Звідки медіа самостійно взяло інформацію? Яка дата оприлюднення матеріалу? Чи адекватно виглядає сайт медіа?)

3. Перевіряємо заголовок (Найімовірніше, повідомлення фейкове, якщо: заголовок відверто неадекватний, є клікбейтом (будь-якими способами спонукає перейти на сайт), наприклад, містить слова-тригери (*Увага, Шок, Неймовірно, Скандал, Сенсація, Ви не повірите*), скандал, сенсацію, провокує резонанс (головно, у поєднанні з невідомим сайтом чи іншим медіа), надміру емоційний, містить прямі оцінки, заклики до агресії, орфографічні помилки, написаний капслоком або з купою недоречних великих літер, з використанням смайлів (емоджі), нагромадженням розділових знаків (знаків оклику чи запитання), некоректно перекладений із російської чи іншої мови.)

4. Перевіряємо факти (Власне, все, про що тут говоримо, є перевіркою фактів на точність і правдивість. Звертаємо увагу на фактичний зміст повідомлення і твердження, які автори подають як готові факти. Перевіряти потрібно все!

- Чи точно це не жарт?
- Чи немає в тексті грубих помилок? Можливо, текст схожий на автоматичний переклад із іншої мови?
- Чи точно наведено кожен факт, або ж помітно перекручування, спотворення? Чи змішують автори факти й вигадки?
- Чи існують названі люди, організації і чи є вони тими, ким їх названо?
- Чи справді *саме ця* цитата *дослівно* належить *саме цій* людині? Чи коректно перекладені з інших мов цитати? Чи взагалі існувала така цитата? Чи не вирвана цитата з контексту?

- Чи немає в повідомленні лінків на сторонні ресурси, і що це за ресурси?)

5. Аналізуємо аргументацію (Кожна думка має бути аргументованою, тобто доведеною і підтвердженою достовірними судженнями і фактами. Неприпустимо, якщо автори:

- спираються лише на думки (припущення), а не на факти;
- використовують будь-які фейки (!);
- апелюють до емоцій, намагаються емоційно розкачати і накрутити адресатів свого повідомлення;
- суттєво спрощують інформацію, проблему та її рішення;
- навішують ярлики (*соросята, порохоботи*);
- роблять прямі безпідставні твердження, які базуються на емоціях і почуттях (*вакцина робить наших дітей аутистами*);
- спонукають до агресії та ворожості;
- аргументують думки забобонами;
- покликаються на конспірологічні теорії і “страшилки” (теорії змови й таємного світового уряду, антивакцинаторська маячня на кшталт “Білл Гейтс знищує людство вакцинами”, віра в масонів, кінець світу і под.);
- використовують стереотипи, сексистські штампи (*призначення жінки — народжувати*);
- безпідставно узагальнюють (*всі євреї обманюють*);
- використовують мову ненависті/ворожнечі;
- різко ділять суспільство на протиставлені групи (ми — вони, погані — хороші: *хахлы — русские*);
- активно шукають (радше, пропонують) образ спільного ворога, чітко вказуючи без фактів, апелюючи до емоцій, узагальнень. Таким “ворогом” може бути особа, група, країна: “бандерівці”, “білгейтс”, “американці”, “геї”, “масони”, “євреї”, “розкольники” й ін. безглузді категорії (див. за списком вище).)

6. Перевіряємо ілюстрації (Чи достовірний ілюстративний матеріал? Чи відповідає ця ілюстрація цій інформації? Що реально зображене на інфографіці або схемі? Чи відповідають змісту цифри і наведені дані? Яке джерело ілюстрації? Підозріло, якщо: фото неякісне (розмите, піксельне “по квадратиках”), ілюстрації не пов’язані зі змістом резонансного повідомлення, пошуковик показує, що ілюстрація вже була використана для інших повідомлень, іншої теми, з іншою датою, зміст ілюстрації зі змістом статті розбігається.)

Обговорення:

1. Чи можемо ми на сто відсотків бути впевненими в інформації, яка висвітлена в мережі?
2. Які ознаки достовірної інформації?
3. Чи використовують люди в повсякденному житті бодай один-два способи перевірки інформації? Чому?
4. Чи можемо ми формувати власні судження чи уявлення про подію чи явище на основі даних, які не можемо перевірити?

Час виконання 15 хв.

Вправа «Підсумки»

Мета: підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.

- Що Ви сьогодні для себе зрозуміли?
- Що вам сподобалось на занятті?
- Що було складним?

Підведення підсумків. Відповіді на питання учасників.

Час виконання 5-10 хв.

Заняття 7

Тема: «Медіаграмотність як моя суперсила №2»

Мета: «Розвиток критичного мислення та соціальних компетентностей у сфері медіасередовища».

Вправа «Вам послання»

Мета: створення позитивного мікроклімату, налаштування на роботу учасників групи.

Хід вправи: Кожному учаснику потрібно передати якусь вітальну фразу або інше приємне повідомлення члену групи, що сидить у колі навпроти нього. Це повідомлення він надсилає через учасника, що сидить ліворуч від нього. Той передає повідомлення далі за годинниковою стрілкою. У відповідь учасник відправляє повідомлення зворотним курсом, тобто проти годинникової стрілки. Через деякий час у дію залучаються всі учасники, передаючи повідомлення іншим учасникам або чекаючи, коли надійдуть послання їм.

Після того, як останні відповіді дійшли до адресата, ведучий запитує, хто не отримав послання і просить групу відновити справедливість.

Після закінчення всі учасники хором говорять ДЯКУЮ.

Обговорення:

1. Як ваш настрій сьогодні?
2. Чи готові продовжити відкривати для себе медіакомпетентності?

Час виконання 5 хв.

Вправа «Герої»

Мета: розвиток теоретичного мислення, всебічного аналізу ситуації.

Хід вправи: Тренер/тренерка пропонує учням намалювати трьох казкових героїв:
перший – таким я бачу себе;
другий – таким мене бачать інші;
третій – таким я є насправді.

Хтось із учнів не надто хоче (або не вміє) малювати? Тоді вони можуть просто описати героя. Який він? Якими силами володіє (якщо володіє)? Як ставиться до світу? А як світ ставиться до нього?

Після завершення роботи діти зачитують свої описи.

Обговорення:

1. Наскільки критично ви себе оцінили?
2. Чи не були надто суворими (або надто поблажливими) до себе? Чому?

Тренер/тренерка наголошують, що ця вправа допоможе показати, що, ми не завжди критично ставимося до всього, що відбувається довкола, та навіть до самих себе. Або навпаки – ми надто критичні, що теж не надто добре. Обидві ситуації допомагають піймати нас в інформаційну пастку.

Час виконання 10 хв.

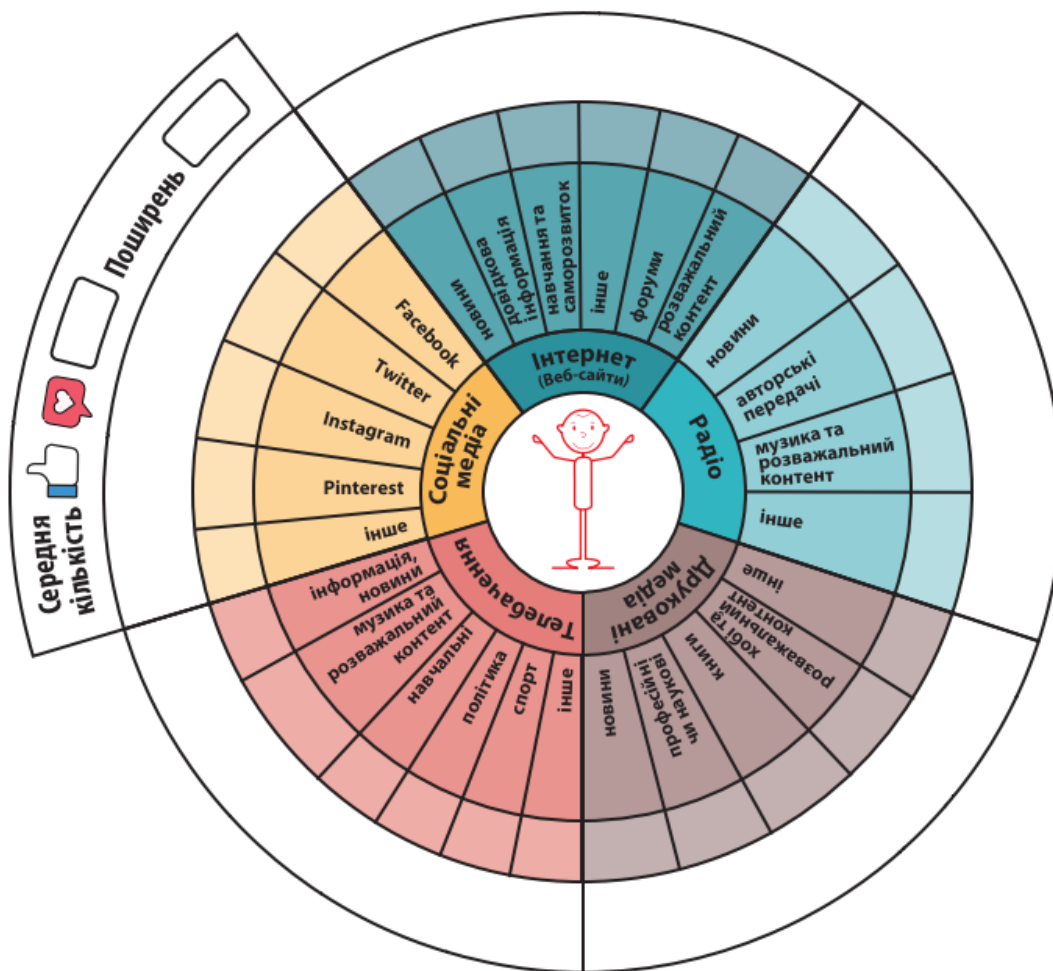
Вправа «Аналізуємо свій медіапростір»

Мета: аналіз власного стилю медіаспоживання та його впливу на життя.

Хід проведення. Тренер/тренерка просить учасників пригадати свій типовий день і сказати про те, скільки часу вони присвячують різним типам медіа.

Вислухавши відповіді, тренер/тренерка пропонує учасникам спробувати за малюнком-схемою («Моє медіаполе») вирахувати середню кількість хвилин / годин на добу, яку вони витрачають на різні види медіа, певним чином «розгорнувши» той час, коли ми одночасно споживаємо інформацію з різних джерел, так би мовити, «фоново» (читаємо пошту, спілкуємося в соціальній мережі при паралельно увімкнених теленовинах). Вони можуть побачити свій медіапростір і типи інформаційних потоків, які їх супроводжують у повсякденні.

Завдяки цій вправі учасники можуть побачити, скільки часу приділяють медіаспоживанню в різних його формах, і зрозуміти не тільки контент, але й природу індустрії, що його виробляє.



Обговорення:

1. Поділіться своїми враженнями від проведеного аналізу.
2. Чи хотіли б ви щось змінити в своєму медіапросторі після аналізу?
3. Яким було б оптимальне споживання медіа на вашу думку?

Час виконання 10 хв.

Мозковий штурм «Оптимальне медіаспоживання»

Мета: розробити групову модель споживчих практик в медіапросторі.

Хід вправи: Тренер/тренерка пропонує учням виступити експертами з розробки оптимального плану перебування людини в мережі. Так щоб це не заважало життю в

реальності, навчанню, особистим справам, хоббі. Який це має бути споживчий план та які це мають бути медіаплатформи.

Група об'єднується в три команди, які розробляють свій план. Робота триває 5-7 хвилин, після чого відбувається презентація напрацювань.

Обговорення:

1. Тож, який формат взаємодії з медіа та інтернетом є для нас оптимальним?
2. Що потрібно, щоб дотримуватись запланованого?
3. Що таке таймменеджмент?

Час виконання 10 хв.

Вправа «Факти та судження»

Мета: Сформувати здатність протистояти маніпулятивному тиску в мережі.

Хід вправи. Тренер/тренерка продовжує думку розвинуту в попередніх вправах: «Продовжимо говорити як протистояти інформаційним пасткам».

Учасникам заняття зачитується текст:

«У місті N відкрився оновлений театр. Виступаючи на відкритті, директор закладу розповів, що театр заснований у 1960 році. За минулі роки в ньому пройшли з повним аншлагом сотні вистав, що свідчить про високий рівень культури в місті N. Серед акторів є кілька лауреатів всеукраїнських премій та навіть один заслужений артист. Як бачимо, в театрі служать дуже талановиті актори, які є непересічними особистостями. Потім директор театру висловив думку, що оновлена будівля на 100% відповідає всім не просто українським, а світовим стандартам. Після нього виступив головний режисер, який розповів, що у театрі готуються до прем'єр світових хітів. Усе це робить життя команди та мешканців міста різноманітним і цікавим. Також виступив мер міста, який говорив про творчу та позитивну атмосферу в театрі.

У якості висновку хочеться підкреслити, що відкриття оновленого театру було врочистим, цікавим та назвичайно плідним».

Питання для обговорення:

1. Чи нейтральний цей текст?
2. Якщо ні, то в якому елементі тексту порушується нейтральність?
3. Кому симпатизує автор? Як це виражається?
4. Якою є мета автора?
5. Оцініть, чи постраждала інформаційна складова через можливі порушення нейтральності викладу.
6. Які ми бачимо факти в тексті?
7. А які є оціночні думки в тексті?
8. Чи вплинули (та як) ці слова на ваше сприйняття подій?

Якщо учням важко оцінити ситуацію з позиції фактів та суджень, то тренер/тренерка підводить їх до наступних умовиводів:

1. Факти - Директор виступив; театр засновано в 1960 році; у ньому працює кілька лауреатів всеукраїнських премій та один заслужений артист; виступив режисер; театр готується до прем'єр; виступив мер міста.

2. Оціночні судження - Думка директора про високий рівень культури в місті; що в театрі служать дуже талановиті актори; що оновлена будівля відповідає світовим стандартам; що нові вистави роблять життя мешканців міста цікавим та різноманітним; думка мера, що в театрі панує творча атмосфера; що відкриття було цікавим та плідним.

Окрім цього у тексті відсутні вказівки на перехід від фактів до вираження думки: про оцінку ролі та якості заходів, що проводяться в театрі. До того ж є пряме висловлення думки автора тексту: «у якості висновку хочеться підкреслити».

Час виконання 10 хв.

Вправа «Інформаційна бульбашка»

Мета: розкрити поняття інформаційної бульбашки та її впливу на наш соціальний та культурний розвиток.

Хід справи: Тренер/тренерка учасників чи знають вони, що таке інформаційна бульбашка? Після збору відповідей, тренер/тренерка повідомляють загальну інформацію: Бульбашка фільтрів (англ. Filter bubble, іноді інформаційна бульбашка) — це стан інтелектуальної ізоляції, явище, спричинене результатами персоналізованого пошуку, в якому алгоритм вебсайту вибірково припускає, яку інформацію користувач хотів би бачити, базуючись на інформації про користувача (як-от розташування, поведінка «після кліка» та історія пошуку). Як наслідок, користувачі відділяються від інформації, яка не відповідає їхнім точкам зору, фактично ізолюючись у власних культурних або ідеологічних бульбашках. Робота пошукових алгоритмів не є прозорою. Яскравими прикладами є персоналізований пошук Google та персоналізована стрічка новин Facebook. Алгоритми соцмереж і пошукових систем – розділили нас на групи за інтересами, вподобаннями, професіями, місцем розташування. Ці групи часто перетинаються в одних точках і віддаляються в інших. Кожен живе у своїй інтернет-реальності. Те саме відбувається з рекламою. Варто нам пошукати щось про телевізори, пральні машини чи смартфони, як Facebook, Instagram, Google, YouTube пропонуватимуть нам рекламу цієї техніки чи подібні товари.

Інформаційні бульбашки спотворюють наше сприйняття реальності. Нам здається, що світ переважно такий, яким ми його бачимо в смартфоні й комп'ютері. А ми хочемо чути й бачити те, з чим ми згодні, що нам подобається. А все, що не вписується в цю картину, – сприймаємо негативно й навіть вороже.

Так ми стаємо вразливими до маніпуляцій і фейків, починаємо толерувати мову ворожнечі й агресію щодо тих, хто має іншу думку. У цьому головна небезпека бульбашок.

Щоби уникнути ефекту інформаційної бульбашки, варто іноді читати й дивитися ті канали інформації, де транслюється інша точка зору. Ви можете й далі не погоджуватися з ними, однак тепер знатимете аргументи інших, альтернативні думки та інтерпретації. І в цьому балансі будете загартовувати своє критичне мислення, перевіряти факти, у яких ви раніше були впевнені.

Тренер/тренерка просить учасників знайти у своїх телефонах ознаки інформаційної бульбашки. Ознаками може бути те, що ви постійно бачите лише дописи певних людей, а не всіх друзів із списку, лише певні теми і лише рекламу на певні теми. Нехай учасники озвучать вигляд своєї стрічки і те, які ознаки “інформаційної бульбашки” вони знайшли.

Надалі тренер/тренерка пропонує попрацювати в групах та відповісти на питання:

1. Чим нашій команді загрожує явище інформаційної бульбашки?
2. Що можна робити, щоб позбутись негативних наслідків інформаційної бульбашки?

Після закінчення роботи в групах, учасники приймають участь у спільній дискусії. Після обговорення аргументів та пропозицій учнів, тренер/тренерка презентує поради з тренінгів IREX щодо інформаційної бульбашки. Їх обговорення є підсумком виконання вправи.

ІНФОРМАЦІЙНА БУЛЬБАШКА



Якщо Ви перебуваєте в інформаційній бульбашці, виникає враження, що Ваша точка зору «панує» всюди та весь світ вважає так, як Ви!

Як виникає?



Алгоритми пошукових систем та соціальних мереж підбирають користувачам інформацію, яка їм до вподоби та відповідає їхнім очікуванням, поведінці та реакціям в інтернеті.



РИЗИКИ

- ✓ Ми випускаємо з поля зору інформацію, яка не відповідає нашим вподобанням.
- ✓ Не отримуємо інформацію, що потенційно може розширити наш світогляд, зробити нас більш толерантними, спонукати змінити думку про щось.
- ✓ Маємо хибне враження, що усі навколо думають так, як і ми.

Що ми можемо зробити?

- ✓ Підписатися на кілька сторінок платформ, медіа чи особисті профілі, які поширюють ідеї, що не співпадають з нашими поглядами.
- ✓ Використовувати режим анонімного перегляду, видаляти історію пошуку, чистити кеш*.
- ✓ Перевіряти налаштування акаунтів у соціальних мережах (інформація може збиратися, і на її основі можуть «будуватися» результати пошуку).
- ✓ Бути більш відкритими до різноманітних ідей та аналізувати інформацію.

Кеш - швидкісна пам'ять або частина оперативної пам'яті, де зберігаються копії даних, що часто використовуються



Вправа «Малюнки на спині»

Мета: Показати, яким чином змінюється інформація на шляху від адресата до адресанта: втрачається / переакцентується / спотворюється тощо.

Хід вправи: Учасники об'єднуються у групи 5-7 осіб. Їх просять стати колонами, один за одним.

Пояснення правил: вправа виконуватиметься мовчки, завданням є якомога більш точно та швидше передати інформацію один одному без підказок, передавати інформацію будемо, малюючи закритим маркером на спині у людини, яка попереду. Та людина, яка перша у колоні, має намалювати отриману інформацію вже на папері, а першоджерелом буде людина, яка є останньою в колоні та яка бачить заздалегідь намальований/ні малюнок.

Малюнки можуть бути різними для різних команд. Чим складніше малюнок, тим цікавіше буде процес передачі інформації та обговорення того, хто, чому і як приймав рішення, що передавати, а що- ні з деталей малюнка.

Завдання кожного учасника – відтворити інформацію, яка отримана тактильно, те, що “відчув” спиною.

Після завершення вправи потрібно порівняти те, що в результаті намалюють на папері учасники, які перші в колоні, та те, що продемонстрували як першоджерело.

Обговорення:

1. Проводиться дискусія з учасниками щодо того, як так сталося, що результати різні.
2. Чому, на вашу думку, інформація так змінилася, що заважало передати інформацію максимально точно?

Висновок: Ми не можемо на 100% точно передавати інформацію, особливо, коли маємо можливість використати тільки один канал комунікації і не маємо можливості додатково щось уточнити. Кожна людина має усталену картину світу зі сформованими образами (згадуємо нашу інформаційну бульбашку). Коли інформація нам не зовсім

зрозуміла, ми підлаштовуємо її до знайомих нам образів, усталених фреймів. Важливо, що у ланцюгу передачі повідомлення за збереження точності і достовірності несуть відповідальність не тільки ті, хто передає, а й ті, хто отримує.

Час виконання 10 хв.

Вправа «Підсумки»

Мета: підвести підсумки заняття. Обговорити, що кожен і кожна винесли для себе.

- Що Ви сьогодні для себе зрозуміли?
- Що вам сподобалось на занятті?
- Що було складним?

Підведення підсумків. Відповіді на питання учасників.

Час виконання 5-10 хв.

Заняття 8

Тема: «На шляху до змін. Рефлексія досвіду»

Мета: «Актуалізувати набуті в результаті групової роботи зміни, закріпити прагнення до розвитку соціальних компетентностей, навчання рефлексивним технікам».

Вправа-привітання «Мрії»

Мета: налаштування на активну взаємодію, актуалізація життєвого плану, взаємопізнання учасників групи, створення атмосфери довіри серед учасників та згуртування групи.

Хід вправи. Тренер/тренерка пропонує учасникам подумати протягом декількох хвилин про те, як кожен з них бачить своє майбутнє. Далі необхідно визначити, які три конкретні речі, дії, люди... можуть допомогти, а які три – заважатимуть здійснити

мрію, і що людині треба робити, щоби мрія збулася (можна зобразити на папері у вигляді малюнка). Потім всі в колі обмінюються думками про мрії.

Обговорення:

1. Чи легко було працювати над завданням?
2. Що ви для себе зрозуміли під час виконання вправи?
3. Які якості нам необхідні, щоб побудувати свою мрію?
4. Що нам буде помічником, а що заважатиме?
5. Яка буде роль соціальних мереж, медіасередовища у вашому майбутньому?

Час виконання 10-15 хв.

Тренер/тренерка повідомляють, що це останнє заняття з циклу емоційного інтелекту та медіаграмотності. На цьому занятті учасники групи узагальнюють та відрефлексуєть свій досвід та намітають напрямки роботи над собою задля власного майбутнього. Проте, залишились, ще деякі аспекти про, які варто поговорити.

Вправа «Універсальні експерти»

Мета: Проаналізувати з учасниками інформацію про “універсальних експертів”, які, замість фактів на підтвердження своїх думок використовують стандартні фрази без сенсу.

Хід вправи. Тренер/тренерка об’єднують учасників у 4 групи та просять написати ті фрази, які, на їхню думку, часто вживають експерти, фрази, які не несуть жодного сенсу та інформації.

Після виконання учасники зачитують свої напрацювання. Відбувається обговорення та обмін досвідом перегляду таких експертів. Надалі представників кожної команди просять уявити себе запрошеними на ефір експертами і прокоментувати певну тему із використанням написаних фраз:

Теми:

1. Великий адронний колайдер почав сьомий робочий сезон;
2. Чому укріплюється українська гривня: прогноз курсу на найближчий час;

3. В Арктиці разом зі снігом випадають мікрочастинки пластику;
4. Актуальна світова проблема: демографічна криза чи демографічний вибух.

Обговорення:

1. Хто на вашу думку може стати експертом в медіасередовищі?
2. Як нам відрізнати таких «універсальних» експертів?
3. Чи можна серйозно сприймати «універсальних» експертів?

Тренер/тренерка поступово підводить думку учнів до того, що варто керуватись тільки одержаними фактами та інформацією, а не запропонованими кимось емоціями та оцінками, а також мати власні критерії щодо надійності експертів і розуміти, що жодна людина не може бути спеціалістом у всіх сферах і, відповідно, не може публічно коментувати їх фахово.

Час виконання 15 хв.

Вправа «Тренер з йоги»

Мета: формування вміння ідентифікувати стереотипи та протидіяти дискримінації.

Хід вправи. Тренер пропонує учасникам назвати 3 ознаки-асоціації «Як ви уявляєте тренера з йоги?». Необхідно обговорити це питання усно.

Після цього тренер акцентує увагу учасників на стереотипність більшості їхніх відповідей та на оригінальних відповідях, що не вкладаються в стереотипні уявлення.

Тренер демонструє слайд із фотом тренерки з йоги Ясмін Стенлі (Jessamyn Stanley), однієї з популярних відеоблогерок Instagrame (<https://www.instagram.com/mynameisjessamyn>), яка на початок 2020 року мала близько 400 тисяч підписників. Тренер надає посилання учасникам, щоб вони мали змогу перевірити актуальну статистику популярності блогерки, подивитися на її сторінку й

запитує учасників, чи відповідає тренерка Ясмін нашим очікуванням, які сформовані в опитуванні до цього.

Обговорення:

1. У чому причина того, що очікування та реальність не збіглися в цьому випадку?
2. Що означає уявляти собі когось чи щось стереотипно?
3. Як це впливає на наше життя?
4. Інтернет-простір містить/продукує стереотипи?

Тренер наголошує, що стереотипи – спрощені, схематичні, стійкі та довготривалі явища, не є абсолютними, вони формуються соціумом і мають бути проаналізовані, осмислені індивідуально. Негативні стереотипи можуть використовувати мову ворожнечі, мають тенденцію переростати в дискримінацію (особливо в мережі), можуть негативно впливати на психіку людини, руйнувати самооцінку та взаємовідносини людей. Необхідно бути обережними із стереотипами, розширювати свій кругозір та толерантне ставлення до індивідуальних особливостей людей. ЗМІ використовують стереотипи та мову ворожнечі з метою формування громадської думки та впливу на свідомість людей, що може призводити до маніпуляції стереотипними уявленнями, щоб нав'язати певну думку або схилити до певних висновків.

Час виконання – 5-7 хв.

Вправа «Зроби новину»

Мета: підсумувати і практично опрацювати отримані знання, розвинути в собі здібності активного суб'єкта медіапростору.

Хід вправи: Тренер наголошує на тому, що помірковані користувачі медіа, медіаграмотні юзери мають бути причетними до створення контенту та вміти впливати на розвиток тенденцій в мережі. Такі вміння є складовою медіапросьюмеризму, а також виконують важливу роль з десакралізації медіа. Адже причетність до створення контенту дозволяє людині відчувати, що всі медіамеседжі є сконструйованими, створеними людьми, тож не можуть бути «святою повною правдою» за визначенням.

Учасники об'єднуються у 3 групи. Кожна група отримує набір фотографій, але учасники не повинні знати, що фотографії для всіх груп однакові.

Учасникам пропонують, використовуючи фотографії: написати медіатекст, дати назву тексту, на аркуші розташувати і прикріпити фотографії згідно з «сюжетом».

Через 15 хвилин кожна група презентує результати роботи.

Обговорення після презентацій:

1. Чи складно було виконувати завдання? Чому?
2. Чому ви обрали саме цю тему?
3. У якому з текстів, на ваш погляд, було більше фактів? Чому?
4. Навіщо нам треба вміти відокремлювати факти від суджень в інформаційному тексті?
5. Чи були використані способи маніпуляцій і пропаганди для медіатексту?

Тренер/тренерка зауважує, що важливо в новині звертати увагу на відповідність відеоряду, графічного контенту і тексту, перевіряти факти, адже з однаковими зображеннями вийшли три різні новини.

Час виконання – 20 хв.

Вправа «Медіаграмотний крокодил»

Мета: емоційне розвантаження, створення невимушеної атмосфери в колективі, підсумок теоретичних знань в ігровій формі.

Хід вправи. Завдання: учасники згадують актуальні поняття з інфомедійної грамотності, які можна зобразити жестами чи мімікою та показують іншим учасникам. Учасники, відповідно відгадують зображене слово.

Варіанти термінів для зображення в «Медіаграмотному крокодилі»: Факти та судження; Медіаграмотність; Блогосфера; Соціальні мережі; Інформаційна бульбашка; Боти та тролі; Радіо; Телебачення; Реклама; Пропаганда; Маніпуляції; Гаджети тощо.

Обговорення:

1. Чи складно/легко було розгадувати слова? Чому?

2. Які паралелі з цієї вправи ви можете провести із медіаспоживанням?

Час виконання – 10 хв.

Вправа «Мої ресурси»

Мета: Актуалізація почуттів та емоцій як ресурсу життєстійкості, планування майбутнього, пошуку внутрішньої сили, відновлення після серії занять.

Хід вправи. Для роботи необхідно приготувати: 3 білих аркуші формату А4, половинку ватману (або шматок шпалер), клей та ножиці, акварельні фарби або гуаш, кисті, пастельні олівці або фломастери (будь-що з перерахованого).

Інструкція:

1. Намалюйте на альбомному аркуші свої найкращі та найбільш позитивні почуття, спогади (або стан) у дошкільному дитинстві. Розкажіть самому собі, що відбувається на малюнку.

2. На іншому аркуші – свої найкращі та найбільш позитивні почуття, спогади (або стан) у молодшому шкільному віці. Розкажіть, що відбувається на малюнку.

3. На третьому аркуші – свої найкращі та найбільш позитивні почуття, спогади (або стан), які відчували у підлітковому чи юнацькому віці. Розкажіть, що відбувається на малюнку.

5. Перегляньте всі три малюнки уважно. Знайдіть на кожному зі своїх малюнків найважливіші елементи, які символізують оту найкращу та найбільш високу емоцію, подію, спогад того періоду.

6. Виріжте ножицями ці «символи» головних емоцій із кожного із трьох малюнків та наклейте їх, як вам заманеться, на пустому аркуші (ватман, або шматок шпалер). Таким чином ви створите об'єднаний малюнок ваших найкращих емоцій.

7. Подивіться на нього уважно. Чим би ви його доповнили? Домалюйте, те чого не вистачає.

8.Подивіться ще раз на новостворений малюнок. Спробуйте відчувати його, запам'ятати.

9.Заплющіть очі, (вмикається мелодія) прислухайтесь до мелодії. Послухайте мелодію 10-20-30 секунд. Уявіть себе на галявині, залитій сонцем. Ця галявина захищена від невгод лісом навколо. Тут ви у безпеці. Зараз спробуйте відчувати та об'єднати ті емоції, які ви помістили до свого останнього об'єднаного малюнку. Відчуйте їх разом у цьому безпечному місці. Зробіть невелику паузу.

- Проговоріть слова: «Я сильний/сильна», «Я успішний/успішна», «Я зможу все».

- Зафіксуйте у своїй свідомості ці відчуття внутрішньої сили, впевненості та успіху.

- Як будете готові – відкрийте очі.

Збережіть свій малюнок емоцій напам'ять.

Обговорення:

1. Учасники діляться враженнями від виконання вправи, проговорюють свої ресурси, емоції, стани.

Час виконання - 20 хв.

Вправа «Чи змінився я?»

Мета: розвиток самосвідомості, позитивного самосприйняття, рефлексія власного досвіду.

Хід вправи. На аркуші потрібно написати що найбільше запам'яталось, що нового набув кожен учасник протягом занять у групі, чи змінилась поведінка в мережі, в житті, що саме змінилось, як ці зміни повпливають на майбутнє життя.

Обговорення:

1. Презентація в колі рефлексії власного досвіду на заняттях.

2. Чи допомогли наші заняття Вам краще пізнати себе, інших, віртуальний та реальний світ?

Час виконання 10 хв.

Вправа «Підбиття підсумків» (5 хв.)

Мета: визначити чи справдились очікування від спільної роботи в групі, рефлексія набутого досвіду.

Хід вправи. Тренер дістає гору з очікуваннями, а учасники аналізують, які очікування справдилися, і переносять їх ближче до вершини.

Побажання учасників:

- Чи справдились мої очікування щодо навчального курсу?
- Які у мене є пропозиції щодо поліпшення співпраці в групі?
- Що ще я хочу сказати учасникам групи?

Час виконання 5 хв.

2.5. Повторна діагностика

У результаті проведення блоку занять нами було здійснено повторний діагностичний зріз з метою визначення змін. На основі порівняння даних ми можемо стверджувати про ефективність профілактичної програми «Я – суб'єкт медіа» та тих методів, які були нами обрані.

Повторне діагностування засвідчує наступне.

1. Анкета «Блогосфера у соціальних мережах та моє життя»:

Учні продовжують активно користуватись соціальними мережами декілька разів на день. Проте цей відсоток знизився до 81% респондентів.

Змінились переваги у виборі соціальних мереж. Так найпопулярнішими стали: You Tube – 67%, TikTok поступився Instagram – 58 %, проти 67%, Telegram – 64%. Свій блог розпочали вести 36% проти 22% до проходження програми.

Певним чином змінились переваги вибору тематики перегляду блогів. З'явилась та набрала популярності категорія «Навчальний освітній блог», що свідчить про зміну спрямованості споживчих практик з більш дозвіллевих на освітні та інтелектуальні тематики. В іншому розподіл найпопулярніших тематик блогів виглядає так: розважальний (44%), ігровий (32%), навчальний освітній (41%), інформаційний (41%), тревел тематика (28%). Тип контенту, що споживається не змінився: 78% респондентів споживають відеоконтент, а 22% – фото та тексти.

Загалом по вибірці зменшився час перегляду улюблених блогів: кілька годин на день – 36% та менше години на день, але кожного дня – 44 % респондентів.

Зменшилась кількість респондентів, які часто переглядають блоги для заповнення вільного часу, дозвілля – 36% респондентів. Емоційні реакції при вимушеній перерві у

перегляді блогів характеризуються нейтральністю, або відсутністю негативних емоцій у 88% респондентів.

Вчинки, спровоковані впливом блогерів скоротились до 0%. Наслідувати поведінку блогерів час від часу можуть 11% , 42% відповіли, що у більшості випадків не схильні до такого наслідування, а 47% однозначно ніколи не наслідують вчинки, представлені у контенті блогерів.

Учні стали більш активно приймати участь у взаємодії з блогосферою через обмін повідомленнями в коментарях - 50% респондентів. Ще 22% коментують час від часу, і 28% залишились пасивними коментаторами.

Блоги все ще залишаються важливим джерелом інформації для більшості респондентів - 44% здобувачів освіти загалом підтримують твердження, що взаємодія із контентом блогерів сприяє обізнаності і орієнтації у головних подіях і трендах у світі, 20% вважають це наполовину вірним, і 36% загалом не згодні з таким твердженням.

На питання «Чи прислуховуєтесь Ви до думок, рекомендацій, історій чи порад блогерів, яким надаєте перевагу» респонденти відповіли наступним чином: «Переважно так» – 36%, «Так, однозначно» – 0%, «П'ятдесят на п'ятдесят» – 36%, «Більше ні, ніж так» – 28%.

Повторна діагностика засвідчує, що відбулись зміни, достатні, щоб стверджувати, що стиль та профіль взаємодії з медіапростором набув більш поміркованого та усвідомленого вектору. Залишаючись важливою частиною життя підлітків та молоді, блогосфера для багатьох стала джерелом навчання та просвіти, змінився загальний час споживання медіа в бік до зменшення, блогінг чинить менший вплив на поведінкову складову. При цьому користувачі стали активно впливати на розвиток медіасередовища і створення контенту блогерами через залученість до обговорень, надання пропозицій в коментарях та створення вланого контенту.

2. Методика «Індивідуальний стиль медіаспоживання» засвідчує наступні зміни загалом по вибірці:

1. Шкала «емоційно-пізнавальна залученість» без суттєвих змін – 6 б.;
2. Шкала «вольовий контроль медіаспоживання» відбулись суттєві покращення – 10 б.;
3. Шкала «рефлексивна критичність медіаспоживання» відбулись суттєві покращення – 12 б.;
4. Шкала «ефективність пошуку інформації» без суттєвих змін – 4,6 б.

Отже за такими важливими шкалами для медіаграмотної особистості як «вольовий контроль медіаспоживання» та «рефлексивна критичність» відбулись зміни, які привнесли в характер споживання медіа позитивні тенденції у вигляді здатності ставити цілі при пошуку та обробці інформації, підвищення мобільності, гнучкості емоційних реакцій респондента на медіапростір, спрямованості пізнавальної активності на вирішення найактуальніших завдань. Тепер споживання медіаінформації має тенденцію до цілеспрямованого, усвідомленого характеру. Респонденти можуть достатньо швидко вловлювати справжнє призначення медіаповідомлень, цільову аудиторію, відповідність споживання медіаінформації, критерії корисності інформації, що сприймається. Свідомість характеризується присутністю своєрідних фільтрів у сприйнятті та споживанні медіаінформації, висока продуктивність медіаспоживання.

Відсоткові співвідношення рівнів розвитку відповідних навичок за кожною шкалою також змінились: за шкалою «Емоційно-пізнавальна залученість» високий рівень мають 33%, середній – 67% та низький – 0% опитаних. Високий «вольовий контроль медіаспоживання» мають 44%, середній та низький – 56% та 0% відповідно. Результати за шкалою «Рефлексивна критичність медіаспоживання» – 64% – висока рефлексивність та 36% середня. «Ефективність пошуку інформації» – 17% – високий рівень та 83% середній. Низький рівень за даним показником відсутній «Додаток І».

Переважаючим стиль медіаспоживання змінився на «помірно залучений, контролюючий, критичний» 56%, що відповідає вищеописаній характеристиці, коли включеність в медіапростір достатньо поміркована, вольовий контроль та рефлексивна критичність на високому рівні, що позитивно впливає на кінцевий профіль взаємодії з

віртуальним світом. Такий стиль вже більше відповідає такому типу культури медіаспоживання як «медіапросьюмеризм».

Результати за методикою «Емоційний інтелект» (Н. Холл) теж зазнали помітних змін. Якщо раніше у вибірці спостерігалось переважання низьких значень, то наразі можна констатувати середні рівні розвитку відповідних шкал емоційного інтелекту: середній рівень емоційної обізнаності (9,2 бала), самомотивації (10 балів) та управління власними емоціями (9,7 балів). Крім цього, характерна висока здатність розуміти емоції інших людей (14 балів). Емпатійність, як риса характеру знаходиться на високому рівні розвитку (15 балів). Інтегративний же рівень емоційного інтелекту відповідає середньому рівню (54 бали). Відповідно відсоткове співвідношення рівнів парціальних і інтегративного емоційного інтелекту представлено на «рис.2.2».

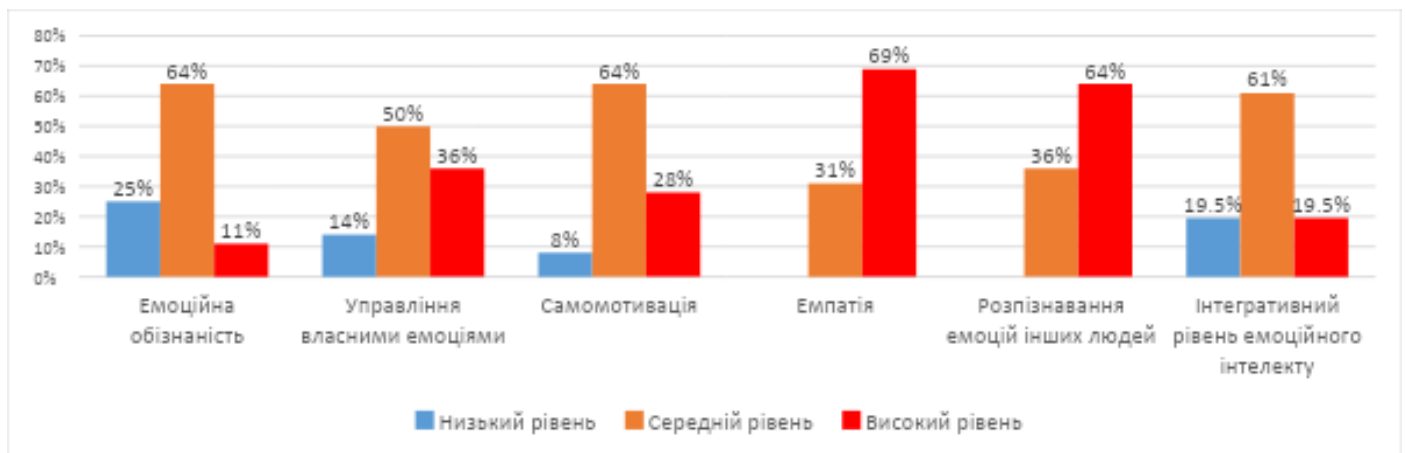


Рис.2.2. Відсоткове співвідношення рівнів парціальних і інтегративного емоційного інтелекту

Як бачимо, відсотковий аналіз досліджуваних змінних засвідчує переважання за високим і середнім рівнем по всіх шкалах «Додаток К».

Згідно отриманих результатів можна зробити висновок, що в учнів підвищився рівень емоційного інтелекту, критичного сприймання інформації з медіасередовища, уміння управляти власними емоціями в мережі, здійснювати вольовий контроль власної поведінки в медіапросторі, з'явилась рефлексивність досвіду перебування в медіасередовищі та усвідомленість власної суб'єктності. Тому можемо стверджувати,

що використання даної програми є достатньо ефективним інструментом у вирішенні питань пов'язаних з формуванням медіакультури, розвитку медіаграмотності, емоційного інтелекту, підвищення рівня суб'єктності особистості у медіапросторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арбітман А. Комунікативний простір блогосфери: функції та дисфункції / А. Арбітман // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. – 2010. – № 10. – С. 116–123.
2. Бреус Ю.В. Емоційний інтелект як чинник професійного становлення майбутніх фахівців соціономічних професій у вищих навчальних закладах : автореф. к.психол. н.: 19.00.07. – К.: Київський університет імені Б. Грінченка, 2015. – 20 с.
3. Дідик Л. А. Трансформація комунікативних практик молоді в соціальних мережах: дис.... канд. соціологічних наук: 22.00.04 /; Національний педагогічний університет імені М.П. Драноманова. Київ, 2019. – 203 с.
4. Єжижанська Т.С. Особливості медіаспоживання в сучасних медіа комунікаціях // Журналіст як мішень у сучасному світі; матеріали III Міжнародного наукового інтернет-симпозіуму (Луцьк, Інститут філології та журналістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, 25-31 січня 2016 – Режим доступу: <http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/16262/1/jezhzhanska.pdf>
5. Зуева Т. В. Социокультурное развитие подростков во взаимодействии семьи и школы в культурно-досуговой деятельности: автореф ... кандидата Педагогических наук: 13.00.05 / ФГБОУ ВО Челябинский государственный институт культуры, 2017. – 26 с.
6. Іванов, Валерій; Волощенко, Оксана; Кульчинська, Леся (2011). Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд. Київ: Академія української преси. 58 с.
7. Ильин А.Н. Проблема информационного консьюмеризма // Информационное общество. – № 6, – 2013. – С. 22-28

8. Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». Київ : IREX, 2021. 400 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. / Котлер Ф., Картаджая Е., Сетьяван А. – «КМ-Букс», 2018. – 224 с.
10. Козаченко О. Соціально-демографічний профіль сучасного українського блогера (на прикладі інтернет-видань «Кореспондент.net» та «Українська правда2 [Електронний ресурс] / О. Козаченко // Український соціум. – 2013. – № 2. – С. 41-50. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc_2013_2_5.
11. Крайнікова Т.С. Культура медіаспоживання в Україні: монографія [від консьюмеризму до просьюмеризму] / за наук. ред. В. В. Різуна. – Бориспіль: Люксар, – 2014. – 371 с.
12. Кузнецова Т. В. До питання культури медіаспоживання в Україні (Рецензія на видання: Крайнікова Т. Культура медіаспоживання в Україні: від консьюмеризму до просьюмеризму: монографія / Крайнікова Т. – Бориспіль: Люксар, – 2014. – 372 с.) // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації. – 2017. – Вип. 11. – С. 121-124. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISK_2017_11_24.
13. Либин А.В. Дифференциальная психология / А.В. Либин. – М.: Эксмо, – 2006. – 544с.
14. Льошенко О. А. Проблема розвитку емоційної компетентності // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. – 2012. – Вип. 14. – С. 119-126. – Режим доступу http://nbuv.gov.ua/UJRN/apspp_2012_14_18, 120
15. Матійків І.М. Розвиток емоційної компетентності майбутніх фахівців професій типу «людина–людина»: психологічний аспект // Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп'ютерних технологій в Україні: збірник тез за матеріалами VIII Науково-технічної конференції науково-педагогічних працівників, 26-31 березня 2012 року / Національний університет «Львівська

політехніка», Інститут підприємництва та перспективних технологій. – Львів, – 2012. – С. 240-243.

16. Матійків І. М. Тренінг емоційної компетентності: навч.-метод. посібник / автор І. М. Матійків – К.: Педагогічна думка, 2012. – 112 с.

17. Милославська О.В. Особливості взаємозв'язку емоційного інтелекту та соціального інтелекту. Вісн. нац. ун-ту оборони України: зб наук. пр. / Нац. ун-т оборони України. – К., – 2012. – Вип. 5. – С. 240-245.

18. Молчанова О.М. Розвиток емоційної компетентності педагогів засобами тренінгу: навчально-методичний посібник. – Кропивницький: КЗ «КОІППО імені Василя Сухомлинського», – 2017. – 44 с.

19. Моля А. Социодинамика культуры / Моля Абраам: Пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд. 3-е. – М.: Издательство ЛКИ, – 2008. – 416 с.

20. Носенко Е.Л., Коврига Н.В. Емоційний інтелект: концептуалізація феномену, основні функції: монографія. – Вища шк., – 2003. – 126 с.

21. Оксентюк Н. Взаємозв'язок емоційного інтелекту та транскультурної компетентності // Молодий вчений. – № 4.1 (56.1), квітень 2018 р. 114 с. – С. 56-60. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/4.1/13.pdf>,

22. Семеновских Т.В. «Клиповое мышление» – феномен современности [Электронный ресурс] / Т.В. Семеновских // Оптимальные коммуникации (ОК): эпистемический ресурс Академии медиа индустрии и кафедры теории и практики общественной связанности РГГУ. – Режим доступа: <http://jarki.ru/wpress/2013/02/18/3208/>.].

23. Социокультурное развитие ребенка в современном мире как научная проблема - Социокультурное развитие детей дошкольного возраста в современном мире. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ozlib.com/922790/sotsium/sotsiokulturnoe_razvitie_rebenka_sovremennom_mire_nauchnaya_problema

24. Тараненко О. В. Формування навичок з медіаграмотності як протидія медіатравмуванню / Медіатравма в умовах інформаційної війни: психологічний та педагогічний аспекти. Матеріали I Всеукраїнської наукової конференції, К. – 2017.
25. Технології розвитку критичного мислення учнів / Кроуфорд А., Саул В., Метьюз С., Макінстер Д.; Наук. ред., передм. О. І. Пометун. — К.: Вид-во «Плеяди», 2006. — 220 с.
26. Чаплук Я. В. Кліпова хаотичність як маніпулятивна технологія соціально-психологічного впливу в кіберпросторі // Психологічний часопис. – 2018. – № 3. – С. 21-40. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psch_2018_3_4.
27. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: Підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. — К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. — 319 с.
28. Блогерство як феномен сучасного інформаційного суспільства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://op.edu.ua/sites/default/files/publicFiles/studolymprconf/fenomen_bloggerstva.pdf
29. Кількість інтернет-користувачів у світі досягла 4,8 млрд | Mind.ua [Електронний ресурс]. — <https://mind.ua/news/20219912-kilkist-internet-koristuvachiv-u-sviti-dosyagla-48-mlrd>

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета «Блогосфера у соціальних мережах та моє життя»

Шановні здобувачі освіти! Просимо Вас відповісти на запитання анкети. Ваші щирі відповіді допоможуть нам у дослідженні особливостей взаємодії сучасної молоді зі сферою блогів у соціальних мережах. На кожне запитання необхідно написати свій лаконічний варіант відповіді. Думка кожного з Вас є цінною для нас. Дякуємо за співпрацю!

1. Чи зареєстровані Ви у яких-небудь соціальних мережах?

А) Так

Б) Ні

2. Як часто Ви користуєтеся соціальними мережами?

А) декілька разів на день

Б) один раз на день

В) кілька разів на тиждень

Г) кілька разів на місяць

Д) кілька разів на рік

Е) не користуюся соцмережами взагалі

3. Якими із соціальних мереж Ви найчастіше користуєтеся? (вказіть не більше 3-х)

- А) В контакте
- Б) Facebook
- В) You Tube
- Г) WhatsApp
- Д) TikTok
- Е) Instagram
- Ж) Telegram
- З)інша

4. Чи цікавитеся Ви блогами і влогами у тих соціальних мережах, яким надаєте перевагу?

- А) Так
- Б) Ні

5. Чи ведете Ви власний блог/влог у соціальній мережі?

- А) Так
- Б) Ні

6. Якщо Ви є підписником, то які саме Інтернет-матеріали Вас цікавлять?

Вкажіть тематику

- А) Інформаційний блог (огляд новин, інтерв'ю, гайд, політичний огляд, опитування)
- Б) Тревел, пригоди (відеощоденник мандрівника)
- В) Навчальний/освітній блог (поглиблення знань, вивчення матеріалу, покращення майстерності з певної дисципліни, професійної сфери, економіки, бізнесу, механіки, будівництва тощо.)
- Г) Лайфхак (навчальне відео, що містить різні поради)
- Д) Бьюті (поради щодо створення красивого макіяжу, зачіски тощо)
- Е) Мотиваційний
- Ж) ІТ-блог (мобільні пристрої, комп'ютерні технології, ІТ індустрія)
- З) Геймінг-блог (мобільний та ПК-геймінг)

І) Розважальний: пранк (розіграш когось), лайфстайл (розповідь про своє життя), шоу (неформальний стиль), відповіді на питання, троллінг-інтерв'ю (висміювання когось), челенж (виконання мережевих завдань), скетч (комедійна замальовка), музичне відео, соціальний експеримент.

К) Інше

7. Ви надаєте перевагу блогерам, які продукують

А) відеопродукцію

Б) фото, тексти

8. Скільки часу Ви проводите за переглядом цікавих для Вас блогів / влогів?

1. Менше години на тиждень

2. Одну-дві години на тиждень

3. Декілька годин на тиждень

4. Менше години на день, але кожен день

5. Декілька годин на день

9. Чи відволікаєтесь Ви на перегляд улюблених блогерів навіть тоді, коли в цьому нема об'єктивної потреби (щоб заповнити час, від нудьги)?

1. Ні, не відволікаюсь на перегляд без об'єктивної причини

2. Більше ні, ніж так

3. П'ятдесят на п'ятдесят

4. Переважно так

5. Так, однозначно відволікаюсь на перегляд без об'єктивної причини

10. Які емоції Ви відчуваєте, коли необхідно завершувати перегляд Ваших улюблених блогерів, або коли Ваш блогер не викладає до мережі контент?

1. Знаходжу для себе інші заняття, та не хвилююся з цього приводу

2. Негативні емоції відсутні

3. Нейтральні емоції

4. Переважно відчуваю негативні емоції

5. Відчуваю сум або роздратованість, що необхідно припинити улюблене заняття чи відсутній улюблений контент

11. Буває так, що Ваші вчинки засновані на отриманій інформації з контенту, що продукується блогерами.

1. Однозначно ні
2. Більше ні, ніж так
3. П'ятдесят на п'ятдесят
4. Переважно так
5. Так, однозначно

12. Чи є Ви активним дописувачем у коментарях під контентом Ваших улюблених блогерів?

1. Ні, я ніколи не коментую контент блогерів
2. Більше ні, ніж так
3. П'ятдесят на п'ятдесят
4. Переважно так
5. Так, я активний коментатор

13. Взаємодія з контентом блогерів сприяє Вашій здатності бути обізнаним і орієнтуватися в головних подіях і трендах у світі.

1. Однозначно ні
2. Більше ні, ніж так
3. П'ятдесят на п'ятдесят
4. Переважно так
5. Так, однозначно

14. Чи прислуховуєтесь Ви до думок рекомендацій, історій чи порад блогерів, яким надаєте перевагу.

1. Ні, ніколи
2. Більше ні, ніж так
3. П'ятдесят на п'ятдесят

4. Переважно так

5. Так, постійно

Додаток Б

Методика «Индивидуальный стиль медиапотребления»

**Авторы-разработчики: Долгов Ю.Н., Коповой А.С., Малюченко Г.Н.,
Смирнов В.М.**

Бланк ответов

Пожалуйста, предварительно укажите, некоторые данные о себе:

1. Возраст _____

2. Пол _____ **Фамилия, Имя** _____

3. Укажите частоту использования (например, 1-наиболее часто, 6 - наименее)
следующих источников информации: **а.** телевидение, ____ **б.** интернет и/или другие
электронные ресурсы ____, **в.** книги ____, **г.** журналы ____, **д.** радио ____,
е. газеты ____

4. Ваше образование:

а. неполное среднее, **б.** полное среднее, **в.** среднее специальное, **г.** неполное высшее,
д. высшее.

<i>Утверждения</i>	Д а	С к о р р е к т а	Заг руд няю сь отв ети ть	С к о р р е к т	Н е т
1. Вам бывает трудно определить, насколько полезна или напротив вредна для Вас та или иная информация, транслируемая через ТВ, радио, Интернет и т.д.					
2. Вы продолжаете смотреть телевизор (слушать радио и т.д.), даже если не находите то, что Вас по настоящему интересует.					
3. Вы переключаете каналы, если во время просмотра фильма, любимой передачи начинается телереклама.					
4. Вы просматриваете транслируемые программы одновременно по нескольким телеканалам, желая быть в курсе всего, что показывают по ТВ.					
5. Вы прекращаете просмотр фильма (телепередачи и т.д.) не досмотрев до конца, если становится заранее всё понятно или скучно.					
6. Вы бываете раздражены, если по каким либо независимым причинам не можете смотреть любимую телепрограмму, слушать любимую радиостанцию и т.п.					
7. Вы критикуете тех, кто создаёт теле/радио передачи за однообразность и отсутствие чувства меры.					
8. Вы заранее изучаете программу телепередач, что бы заранее выбрать интересующие Вас.					
9. У Вас часто возникают трудности и проблемы связанные с поиском какой либо необходимой информации.					
10. Вы часто тратите большее количество времени, чем планировали на поиск нужной информации.					
11. Вы просматриваете телепередачи, печатные издания и т.д. только по определенной, интересующей Вас тематике, не обращая внимания на все остальные.					
12. Вам удаётся находить по телеканалам, в Интернете, книгах и журналах то, что является действительно интересным и полезным.					
13. Вы легко находите какие-либо недостатки/недоработки в той или иной телепередаче, телефильме и т.д., даже если, в целом, они Вам нравятся.					

14. Включая телевизор, Вы не просматриваете все каналы подряд, а сразу останавливаетесь на одном излюбленном канале.					
15. Вы задумываетесь над тем, почему выбираете для просмотра тот или иной фильм, телепередачу, сайт и т.д.					
16. В поисках нужной информации, Вы можете незаметно для себя отвлечься на что-либо другое, менее важное.					
17. Вам легко удаётся собрать необходимое и достаточное количество информации в процессе поиска требуемых ответов.					
18. Постоянно включённый телевизор, компьютер или радиоприёмник составляют привычный фон вашей жизни					
19. Планируя свои повседневные дела, вы стараетесь избегать излишнего просмотра телеканалов или брожения в интернет-сети.					
20. Просмотр телепередач или посещение Интернета иногда вызывают у Вас чувство усталости и/или эмоционального выгорания.					
21. Вы стараетесь всякий раз избегать просмотра/прослушивания рекламных блоков, дабы не забивать себе голову ненужной информацией.					
22. Нередко какая-либо ранее воспринятая информация «забывается» Вам в голову и мешает думать о текущих делах.					
23. Вы забываете многие из тех сообщений, которые в общем потоке информации выделяете как полезные.					
24. Вы выключаете все источники информации, если вам необходимо отвлечься и расслабиться после интенсивной умственной работы.					
25. Вы заранее планируете просмотр какой либо телепрограммы/телефильма или прослушивание радиопередачи, специально выкраивая для этого время.					
26. Вас часто раздражает глупость и пошлость сценаристов новых теле-шоу или «звёзд эфира».					
27. Вы часто даёте нелестную оценку тем фильмам и передачам, которые широко обсуждаются.					
28. Вы сожалеете о времени потраченном на фильмы, телепроекты, если они не содержат новые интересные идеи, полезные мысли.					
29. Порой Вам кажется, что в общем потоке информации выпускаемой в теле/радио эфир, Интернет и т.д. можно пропустить нечто очень важное и ценное.					
30. Вы используете современные СМИ (включая телевидение, радио, Интернет) как, прежде всего, как источник развлечений.					
31. Вы стараетесь чётко осознавать, какая информация Вам нужна, когда в тот или иной момент включаете телевизор, радио, входите в Интернет и т.п.					

32. Вам свойственно анализировать происхождение и истинные цели всякой новой информации, с которой сталкиваетесь при просмотре телевизионных каналов, Интернет ресурсов и т.д.					
33. Иногда Вам хочется просто «проглатывать» интересные сообщения, поступающие из различных источников не задумываясь над их реальной ценностью.					
34. Вы настойчиво ищете дополнительную информацию, по какой либо теме из различных источников, если она заинтересовала вас.					
35. Вы открываете информационные ресурсы по всплывающим окнам, когда что-то изучаете, ищете, находясь в сети Интернет.					
36. Вам легко удаётся находить информацию по любой возникающей проблеме или интересующей теме.					
37. Вы часто замечаете, как современные СМИ не столько информируют чём-то важном, сколько занимаются пропагандой или рекламой чего-либо.					
38. Вы сознательно дозируете потребление информации т.к. чувствуете, что излишняя информация Вам ничего не даёт.					
39. Прибегаете ли Вы к помощи книг и тематических журналов при поиске ответов на интересующие Вас вопросы.					
40. Вы откладываете выполнение важных, но не интересных Вам дел, ради просмотра увлекательной телепередачи или компьютерной игры.					
41. Вы обращаетесь к компетентным лицам на Интернет форумах и чатах, если необходимо быстро найти некую ценную, редкую информацию.					
42. Вы невольно отвлекаетесь на сопутствующую информацию в процессе поиска сведений по строго определенной теме.					
43. После напряжённого рабочего дня Вы часто отдыхаете в условиях одновременного функционирования нескольких источников информации (ТВ, радио, Интернет и т.п.).					
44. У Вас возникают труднопреодолимые эмоции и импульсы к совершению каких либо действий после просмотра отдельных фильмов, телепередач, сайтов и т.п.					
45. Вы размышляете над тем, насколько представленная в СМИ информация расходится с вашим реальным жизненным опытом					
46. Ваше настроение может меняться в зависимости от характера тех информационных сообщений, которые транслируются СМИ в течение суток.					
47. Вы способны без особого труда обнаруживать основные смыслы/идеи в тех сообщениях, текстах, фильмах и т.п. которые попадают в зону Вашего внимания.					

48. Вы часто попадаете в ситуацию, когда какая либо тщательно собранная и подробно изученная Вами информация оказывается бесполезной.					
49. Вы привыкли самостоятельно решать какая информация должна присутствовать в поле Вашего внимания, а какая должна быть исключена.					
50. Вам с трудом удается находить те фрагменты информации, которые являются недостающими для решения какой либо задачи.					
51. Просматривая газеты, телеканалы или Интернет- сайты, Вы особо не задумываетесь над достоверностью тех сведений, которые распространяются через них.					
52. Вы прерываете те информационные сообщения (фильмы, передачи и т.д.) которые вносят разлад в Ваш внутренний мир, вредят душевному здоровью.					
53. Вам хорошо знакомо чувство предвкушения удовольствия от просмотра фильмов, ток-шоу и т.д. развлекательного содержания.					
54. Вы чувствуете себя более уверенно при общении в сети-интернет, в WAP, смс-чатах, и т.п. чем при непосредственном общении с людьми.					
55. Вы продолжаете смотреть телевизор или слушать радио во время рекламных пауз.					
56. Вы продолжительное время обдумываете и переживаете информацию, полученную из СМИ.					
57. Вы знаете где и как находить нужную и ценную информацию по всем текущим проблемам, возникающим в Вашей жизни.					
58. Вы пропустите увлекающие Вас телепрограммы, фильмы, игровые сеансы, если имеются какие важные дела.					
59. Вы оцениваете уровень и успешность своей жизни в зависимости от тех картин и стандартов, которые демонстрируются современными СМИ.					
60. Вы часто используете различные источники информации (телевидение, радио, Интернет и т.д.) как средство выхода из стрессовой ситуации, поднятия настроения.					

Обработка данных

1. При обработке бланков опросных листов ответ «да» оценивается в 2 балла, «скорее да» - в 1 балл, ответ «нет» оценивается как «- 2» балла, а «скорее нет» как «- 1» балл, вариант «затрудняюсь ответить» оценивается 0 баллов.

2. В соответствии с представленными ниже ключами по каждой из 4-х ниже шкал просчитывается общая сумма баллов. Минимальное количество баллов минус 30 баллов, максимальное количество баллов по каждой шкале 30 баллов.

3. В соответствии с общей суммой баллов по каждой шкале устанавливается степень выраженности соответствующих показателей в рамках индивидуального стиля медиапотребления респондента.

4. Через сравнение степени выраженности показателей анализируются «плюсы» и «минусы» индивидуального стиля медиапотребления респондента.

Ключи к обработке полученных ответов по каждой шкале:

Шкала ЭПВ (эмоционально-познавательная вовлеченность)

Номера утверждений	Количество баллов				
	Да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	Нет
2, 4, 6, 20, 22, 29, 30, 40, 44, 46, 53, 54, 55, 56, 60	2	1	0	-1	-2
	-2	-1	0	1	2

Интерпретация полученных данных

Интерпретация данных по шкале ЭПВ:

– если сумма набранных баллов находится в интервале от – 30 до – 10, это свидетельствует о достаточно низком уровне вовлеченности респондента в медиaprocтpанcтвo. По всей вероятности у него низкий уровень направленности на получение информации из таких источников как электронные СМИ (ТВ, Интернет). Большая часть его познавательной активности связана с книгами, журналами, то такими источниками информации, которые более подходят для любителей спокойной размеренной жизни, уединённого отдыха и размышления. В большинстве случаев он сознательно или неосознанно избегает получения информации из всех тех источников, которые активно стимулируют внимание и интерес потребителей. Таким образом, динамика его личностного развития, вектор его социальной активности в минимальной

степени зависят от влияния современных масс-медиа, что, в ряде случаев, может отрицательно сказываться на его адаптивных способностях.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от – 10 до + 10, это свидетельствует о среднем (или так называемом нормативном) уровне включенности респондента в медиaprостранство. Медиaпотребление респондента характеризуется умеренным и/или избирательным проявлением эмоциональных и когнитивных компонентов вовлеченности. Респондент отслеживает потоки информации, но при этом он не склонен тратить излишнее количество времени и душевных сил на получение какой либо информации, которая продается в СМИ как важная или новая. Любого рода «медиафакты» имеют второстепенное значение в его жизни по сравнению с теми фактами и событиями, которые составляют его повседневное существование. В некоторых случаях события, происходящие в мире и процессы, протекающие в медиaprостранстве, могут на время активизировать его интеллектуальную активность, вызывать интенсивные эмоциональные реакции, но на достаточно ограниченный период времени.

– если набранная сумма баллов находится в интервале от 10 до 30 баллов, это свидетельствует о тенденции к чрезмерной вовлеченности респондента в медиaпотребление. Его познавательная активность и сопутствующие эмоциональные реакции во многих случаях определяются процессами происходящим в медиaprостранстве. Личностные реакции на события освещаемые СМИ характеризуются преувеличением их масштабов и значения, застреванием на процессе их анализа. Вместе с тем, познавательная активность респондента во многом сводится к перманентному поглощению информационных программ развлекательного характера. Продуктивность его медиaпотребления, несмотря на постоянно возрастающие объемы получаемой информации чаще всего, остаётся низкой, то есть многое из действительно полезной информации усваивается хаотично или забывается вследствие избыточного притока последующих сведений. Кроме того, его эмоционально-познавательные реакции на медиaprостранство характеризуются застреванием на анализе тех или иных

событий. Вследствие того, что основные интересы такого человека перемещаются в медиапространство, у него может разрушаться взаимопонимание с родными и близкими людьми.

Шкала ВКМ (волевой контроль медиапотребления)

Номера утверждений	Количество баллов				
	Да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	Нет
8, 11, 14, 15, 19, 24, 25, 31, 38, 49, 52, 58	2	1	0	-1	-2
18, 35, 43	-2	-1	0	1	2

Интерпретация данных по шкале ВКМ:

– если набранная сумма находится в интервале от – 30 до – 10 баллов, это свидетельствует о низком уровне развития у респондента умений и навыков самоконтроля. Процесс формирования у него привычек медиапотребления имеет крайне хаотичный характер, что приводит к нарушению необходимого баланса между временем, отводимым на медиапотребление и временем затрачиваемом на все остальные виды деятельности респондента. Его познавательная активность и сопутствующие эмоциональные реакции почти полностью определяются процессами происходящим в медиапространстве. При этом продуктивность познавательной активности респондента, несмотря на постоянно возрастающие объемы получаемой информации чаще всего, остаётся низкой. В целом, потребление им медиаинформации носит случайный, ситуативный характер.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от – 10 до + 10 баллов, это свидетельствует о том, что респондент в большинстве случаев осознаёт цели потребления той или иной информации и в значительной степени контролирует содержание потребляемой информации. Респондент понимает значимость сознательного контроля при формировании навыков медиапотребления, но не всегда достаточно продуктивно расходует время на поиск и обработку нужных данных. Его волевой самоконтроль в процессе медиапотребления имеет ситуативный характер, в

зависимости от уровня значимости и актуальности медиаинформации. В целом, респондент способен распределять и оптимизировать время, затрачиваемое на получение информации.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от + 10 до + 30, это характеризует респондента как потребителя медиаинформации с высоким уровнем волевого самоконтроля. Респондент способен чётко ставить цели при поиске и обработке информации и продуктивно достигать ее с минимальными затратами времени и материальных ресурсов. Эмоциональные реакции респондента на медиaproстранство характеризуются высокой мобильностью, гибкостью, а познавательная активность ориентацией на решение наиболее актуальных задач. Потребление медиаинформации в большинстве случаев носит целенаправленный, осознанный характер. В некоторых случаях респондент склонен к излишнему контролю информационных потоков в своём ближайшем окружении. В тоже время чрезмерный уровень волевого контроля позволяет ему решать поисково-информационные задачи в условиях требующих оперативного освоения больших объёмов информации, новых способов и средств их обработки.

Шкала РКМ (рефлексивная критичность медиапотребления)

Номера утверждений	Количество баллов				
	Да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	Нет
1, 3, 5, 7, 13, 21, 26, 27, 28, 32, 37, 45	2	1	0	-1	-2
33, 51, 59	-2	-1	0	1	2

Интерпретация данных по шкале РКМ:

– если набранная сумма находится в интервале от – 30 до – 10 баллов, это свидетельствует о низком уровне развития у респондента способности к критичному анализу медиаинформации, о его неразборчивости в выборе источников и содержания потребляемой информации. Респондент зачастую не вполне осознаёт необходимость

получаемой информации и, следовательно, не вполне дифференцирует информацию по степени достоверности её содержания, продуктивности вложенных в неё идей и целесообразности её использования. У респондента отсутствуют способности к четкой формулировке критериев оценки и отбора той или иной информации и к построению логического плана ее обработки.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от - 10 до +10, это свидетельствует о среднем уровне сформированности у испытуемого критичности при восприятии медиаинформации, о наличии у него саморефлексии в отношении объективного значения и личностного смысла воспринимаемой информации. В большинстве случаев испытуемый способен к сравнительному анализу качества сообщений исходящих из медиапространства, и при необходимости использовать имеющийся средства и методы ее обработки для выделения конструктивных идей, новых мыслей и т.д. Вместе с тем при обработке информации респондент не всегда способен достичь желаемого результата с минимальными затратами. Испытуемый характеризует достаточный уровень осознания смысла и содержания искомой и обрабатываемой информации.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от +10 до +30, это характеризует респондента как потребителя медиаинформации с оптимально высоким уровнем рефлексивной критичности. Респондент способен чётко формулировать критерии оценки и отбора медиасообщений. Он способен быстро улавливать истинное назначение медиасообщений, целевую аудиторию, целесообразность потребления медиаинформации, критериев полезности воспринимаемой информации. Сознание испытуемого характеризуется присутствием своеобразных фильтров в восприятии и потреблении медиаинформации, высокая продуктивность медиапотребления. В то же время такие респонденты не всегда способны позитивно воспринимать информацию, содержание которой вступает в противоречие с имеющейся у них системой ценностей и взглядов.

Шкала ЭПИ (эффективность поиска информации)

Номера утверждений	Количество баллов				
	Да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	Нет
12, 17, 23, 34, 36, 39, 41, 47, 57	2	1	0	-1	-2
9, 10, 16, 42, 48, 50	-2	-1	0	1	2

Интерпретация данных по шкале ЭПИ:

– если набранная сумма находится в интервале от – 30 до – 10 баллов, это свидетельствует о низком уровне развития у респондента знаний, умений и навыков, способствующих продуктивному поиску актуально значимой информации. Респондент не способен отделять нужную, жизненно важную информацию от медиаинформации рекламного характера, включая спам, продакт-плейсмент, контекстную рекламу или рекламу, передаваемую посредством так называемой «молвы». Как следствие, респондент так и не доходит до сбора необходимого и достаточного количества знаний, позволяющих ему сформировать целостную личностную и социокультурную идентичность.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от – 10 до +10, это свидетельствует о наличии у испытуемого определенной совокупности знаний, умений и навыков, позволяющих ему ориентироваться в окружающем медиапространстве и выделять среди всех информационных потоков актуально значимую информацию. Респондент достаточно самостоятелен и критичен в выборе способов и путей поиска требуемой информации. Он способен ориентироваться в поисковых системах, в информационных ресурсах сетевых сообществ, но порой ему требуется значительное количество времени на поиск и обработку искомых данных.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от +10 до + 30, это характеризует испытуемого как человека, обладающего высоким уровнем развития умений и навыков поиска информации. Респондент постоянно совершенствует способы нахождения требуемой информации, оптимизирует пути её поиска, усваивая новые более эффективные технологии обработки базы данных. Он целенаправленно

формирует систему поисковых технологий, позволяющих легко ориентироваться в окружающих медиапотоках, не тратить лишнее время на поиск нужной информации, и не отвлекаться на различного рода медиарекламу.

В целях выработки наиболее доступных для понимания способов оценки результатов диагностики с помощью методики ИСМ мы предлагаем ориентироваться на характеристики наиболее выраженных стилей индивидуального медиапотребления. Данные характеристики построены на основе преобладания крайних вариантов и исключения средних показателей по первым трём шкалам (ЭПВ, ВКМ, РКМ).

1. Вовлеченный контролирующий критичный – высокие показатели по шкале ЭПВ (+10 и выше), высокие показатели по шкале ВКМ (+10 и выше) и высокие по шкале РКМ (+10 и выше).

2. Вовлеченный контролирующий некритичный – высокие показатели по шкале ЭПВ (+10 и выше), высокие по шкале ВКМ (от +10 и выше) и низкие по шкале РКМ (-11 и ниже).

3. Вовлеченный неконтролирующий некритичный – высокие показатели по шкале ЭПВ(+ 10 и выше), низкие по шкале ВКМ (-11 и ниже) и низкие по шкале РКМ (-11 и ниже).

4. Вовлеченный неконтролирующий критичный – высокие показатели по шкале ЭПВ(+10 и выше), низкие по шкале ВКМ (-11 и ниже) и высокие по шкале РКМ(+10 и выше).

5. Невовлеченный неконтролирующий некритичный – низкие показатели по шкале ЭПВ (-11 и ниже), низкие по шкале ВКМ (-11 и ниже) и низкие по шкале РКМ(-11 ниже).

6. Невовлеченный неконтролирующий критичный – низкие показатели по шкале ЭПВ(30-), низкие по шкале ВКМ (30-) и высокие по шкале РКМ(30-).

7. Невовлеченный контролирующий некритичный – низкие показатели по шкале ЭПВ (30-), высокие по шкале ВКМ (45+) и низкие по шкале РКМ (30-).

8. Невовлеченный контролирующий критичный – низкие показатели по шкале ЭПВ (30-), высокие по шкале ВКМ (45+) и высокие по шкале РКМ (45+).

Додаток В

Діагностика «емоційного інтелекту» (Н. Холл)

Вступні зауваження. Емоційний інтелект – здібність розуміти відносини особистості, що репрезентовані в емоціях, і керувати емоційною сферою на базі прийняття рішень. Емоційний інтелект має наступну структуру:

- 1) емоційна обізнаність;
- 2) управління своїми емоціями (скоріше емоційна неригідність);
- 3) самомотивація (скоріше мимовільне управління своїми емоціями);
- 4) емпатія;
- 5) розпізнавання емоцій інших людей (скоріше вміння впливати на емоційний стан інших людей).

Мета: Оцінка рівня «емоційного інтелекту».

Оснащення. Бланк відповідей, опитувальник діагностики «емоційного інтелекту» (Н. Холл), що включає інструкцію і 30 стверджень (висловлювань).

Послідовність роботи. Дослідження може бути проведено як індивідуально, так і в колективі. Експериментатор пропонує респондентам відповісти на висловлювання відповідно до інструкції, що розміщена в опитувачі. На кожне висловлювання існує 6 варіантів відповідей, які оцінюються за бальною системою.

Інструкція. Нижче вам будуть запропоновані висловлювання, які так чи інакше відображають різні аспекти вашого життя. Будь ласка, напишіть цифру з правого боку від кожного висловлювання, виходячи з оцінки ваших відповідей:

- Повністю не згоден (–3 бали)
- В основному не згоден (–2 бали)
- Частково не згоден (–1 бал)
- Частково згоден (+1 бал)
- В основному згоден (+2 бала)
- Повністю згоден (+3 бала)

Тестовий матеріал

1. Для мене як негативні, так і позитивні емоції є джерелом знання про те, як робити вчинки в житті.
2. Негативні емоції допомагають мені зрозуміти, що я повинен змінити у своєму житті.
3. Я спокійний, коли відчуваю тиск з боку інших.
4. Я здатний спостерігати зміну своїх почуттів.
5. Коли необхідно, я можу бути спокійним і зосередженим, щоб діяти у відповідності до запитів життя.
6. Коли необхідно, я можу викликати в собі широкий спектр позитивних емоцій, таких як веселощі, радість, внутрішній підйом і гумор.
7. Я слідкую за тим, як я себе почуваю.
8. Після того, як щось зіпсувало мені настрій, я можу легко оволодіти своїми почуттями.
9. Я здатний вислухати проблеми інших людей.
10. Я не зациклююсь на негативних емоціях.
11. Я чутливий до емоційних потреб інших.
12. Я можу діяти на інших людей заспокійливо.
13. Я можу змусити себе знову і знову встати перед лицем перешкод.
14. Я намагаюсь підходити до життєвих проблем творчо.
15. Я адекватно реагую на настрої, спонукання і бажання інших людей.
16. Я можу легко входити в стан спокою, готовності і зосередженості.
17. Коли дозволяє час, я звертаюсь до своїх негативних почуттів і розбираюсь, в чому проблема.
18. Я здатний швидко заспокоюватись після неочікуваного засмучення.
19. Знання моїх справжніх почуттів важливо для підтримки «хорошої форми».
20. Я добре розумію емоції інших людей, навіть коли вони не виявлені відкрито.

21. Я можу добре розпізнавати емоції за виразом обличчя.
22. Я можу легко відкинути негативні почуття, коли необхідно діяти.
23. Я добре вловлюю знаки у спілкуванні, які вказують на те, в чому інші потребують.
24. Люди вважають мене добрим знавцем переживань інших людей.
25. Люди, які усвідомлюють свої дійсні почуття, краще управляють своїм життям.
26. Я здатний покращити настрій інших людей.
27. Зі мною можна порадитися з питань відносин між людьми.
28. Я добре налаштовуюсь на емоції інших людей.
29. Я допомагаю іншим використовувати їх спонукання для досягнення особистих цілей.
30. Я можу легко відключатися від переживань і неприємностей.

Обробка й інтерпретація результатів

Ключ

Шкала «емоційна обізнаність» – пункти 1, 2, 4, 17, 19, 25.

Шкала «управління своїми емоціями» – пункти 3, 7, 8, 10, 18, 30.

Шкала «самотивація» – пункти 5, 6, 13, 14, 16, 22.

Шкала «емпатія» – пункти 9, 11, 20, 21, 23, 28.

Шкала «розпізнавання емоцій інших людей» – пункти 12, 15, 24, 26, 27, 29.

Рівні парціального емоційного інтелекту у відповідності до знаку результатів:

14 і більше – високий;

8-13 – середній;

7 і менше – низький.

Інтегративний рівень емоційного інтелекту з врахуванням домінуючого знака визначається за наступними кількісними показниками:

70 і більше – високий;

40-69 – середній;

39 і менше – низький.

**Розподіл результатів опитувальника
«Індивідуальний стиль медіаспоживання» за шкалами**

Рівень	Емоційно-пізнавальна залученість	Вольовий контроль медіаспоживання	Рефлексивна критичність медіаспоживання	Ефективність пошуку інформації
Низький рівень	0%	8%	0%	0%
Середній рівень	67%	67%	84%	84%
Високий рівень	33%	25%	16%	16%

Результати за опитувальником «Емоційний інтелект» Н. Холла

Рівні	Емоційна обізнаність	Управління своїми емоціями	Самотивація	Емпатія	Розпізнавання емоцій інших людей	Загальний показник
Середній бал	7,72	1,96	7,52	8,32	7,84	33,36
Низький рівень	44%	75%	56%	36%	44%	61%
Середній рівень	44%	25%	25%	47%	49%	39%
Високий рівень	12%	0%	19%	17%	17%	0%

Критичні значення коефіцієнту рангової кореляції r_c

n	ρ		n	ρ		n	P		n	ρ	
	0,05	0,01		0,05	0,01		0,05	0,01		0,05	0,01
5	0,94	–	14	0,54	0,68	23	0,42	0,53	32	0,36	0,45
6	0,85	–	15	0,52	0,66	24	0,41	0,52	33	0,34	0,45
7	0,78	0,94	16	0,50	0,64	25	0,40	0,51	34	0,34	0,44
8	0,72	0,88	17	0,48	0,62	26	0,39	0,50	35	0,33	0,43
9	0,68	0,83	18	0,47	0,60	27	0,38	0,49	36	0,33	0,43
10	0,64	0,79	19	0,46	0,58	28	0,38	0,48	37	0,33	0,43
11	0,61	0,76	20	0,45	0,57	29	0,37	0,48	38	0,32	0,41
12	0,58	0,73	21	0,44	0,56	30	0,36	0,47	39	0,32	0,41
13	0,56	0,70	22	0,43	0,54	31	0,36	0,46	40	0,31	0,40

Додаток до вправи-вікторини “Вірю - не вірю”

1 В Україні 30 загальнонаціональних телеканалів, серед яких 17 – суто інформаційних.

Це не правда. Бо це дані до анексії Криму і окупації Донбасу. Загалом дуже важко визначитися без джерела інформації, оскільки «магія чисел» діє ефективно, ми віримо статистиці, рідко перевіряючи її джерела. У цьому випадку джерело Вікіпедія у 2019 році містить саме ці дані: <https://bit.ly/35KDVgB> Таку інформацію важливо перевірити за офіційним джерелом, як, наприклад, Нацрада з телебачення і радіомовлення. Там, за даними Постанови Кабміну, інші показники: «цифровими передавачами для безкоштовного перегляду поширюється 28 загальнонаціональних телеканалів та 4 регіональних телеканали у кожній з областей України».

2 Середньостатистична людина протягом доби має 50-60 тисяч думок, а вимовляє близько 20 тис. слів.

Це правда. Але за певним джерелом (у даному випадку за книгою Тренінг емоційної компетентності: навч.-метод. посібник / автор І. М. Матійків – К.: Педагогічна думка, 2012.– 112с.) За іншими джерелами можуть бути інші дані, бо сфера

визначення (думки людини) є неточною, маркер «середньостатистична людина» є не певним.

3 У багатьох західних редакціях ЗМІ є так звані «дошки емоцій», де прийнято писати все, що думаєш і відчуваєш – щодо редактора, власника, читачів, життя загалом.

Це також правда. Але неточними маркерами є «у багатьох редакціях», «у західних редакціях». Так створюється поле для можливих маніпуляцій, зокрема емоціями.

4 Група «Шпилясті кобзарі», як і всі українці, щороку відзначає День народження Тараса Шевченка. А цьогоріч 9 березня вони організували онлайн-концерт виключно з творів нашого Кобзаря.

Новина про концерт є правдою. Але твердження «всі українці», як і будь-яке узагальнення, є твердженням, яке не може бути перевіреним. Є маніпуляція патріотичними почуттями.

5 «Українці – дуже довірлива нація. За даними World Values Survey переважна більшість українців думають, що «більшості людей можна довіряти».

Це фейк, маркований узагальненням і твердженням «переважна більшість». Присутня маніпуляція емоціями. Назва соціологічної агенції справжня, але вона дана для підкріплення фейкового твердження. Втім, вона дає змогу перевірити дані, за якими «близько 20% українців думають, що «більшості людей можна довіряти», тимчасом як переважна більшість (понад 65%) вважають, що у житті треба бути дуже обережними і завжди зайвий раз «перестраховуватися»: World Values Survey»

6 «Найголовніше у спілкуванні – почути те, що не було сказано», - зазначає Пітер Дракер.

Ця цитата справжня. Проте всі цитати слід перевіряти, бо поширена маніпуляція – вплив авторитету.

7 Україна завжди є найменш щасливою країною Європи.

Це фейк, на що вказує маркер «завжди». Крім того, наявна маніпуляція емоціями. За світовим рейтингом щастя, наприклад, у 2017 році, Україна насправду посіла останнє серед європейських країн місце: «За випуском «Світової доповіді про щастя» (World Happiness Report ООН, опублікованому у березні 2017 року, Україна посіла 132-е місце. За цим рейтингом Україна є найменш щасливою країною Європи. Наші сусіди по регіону більш задоволені життям: Грузія 125-а, Вірменія 121-а, Болгарія 105-а, Азербайджан 85-й, Угорщина 75-а, Туреччина 69-а, Білорусь 67-а, Молдова 56-а, Росія 49-а». <https://bit.ly/2WMps0H>

8 Вчені довели, що роблячи певний емоційний вираз обличчя, ми починаємо реально переживати цю емоцію. Симулюючи чи нагнітаючи емоційну реакцію, ми реально поринаємо в цей емоційний стан, програмуючи своє життя.

Це правда, але у твердженні не вказані автори дослідження – П.Екман і Р.Девідсон. Без цього твердження є голослівним. Дуже поширеною маніпуляцією є вирази на кшталт «Британські вчені довели», що вже стали мемом. Маніпуляція полягає у тиску авторитетом без посилання на джерело.

**Розподіл результатів опитувальника
«Індивідуальний стиль медіаспоживання» за шкалами
(повторне діагностування)**

Рівень	Емоційно- пізнаваль на залученіс ть	Вольовий контроль медіаспож ивання	Рефлексив на критичніс ть медіаспож ивання	Ефектив ність пошуку інформац ії
Низький рівень	0%	0%	0%	0%
Середній рівень	67%	56%	36%	83%
Високий рівень	33%	44%	64%	17%

**Результати за опитувальником «Емоційний інтелект» Н. Холла
(повторне діагностування)**

Рівні	Емоційна обізнаність	Управління своїми емоціями	Самотивація	Емпатія	Розпізнавання емоцій інших людей	Загальний показник
Середній бал	9,2	9,7	10	15	14	54
Низький рівень	25%	44%	8%	0%	0%	19,5%
Середній рівень	64%	50%	64%	31%	36%	61%
Високий рівень	11%	36%	28%	69%	64%	19,5%

Додаток Л

Порівняльна таблиця результатів діагностики за анкетною «Блогосфера у соціальних мережах та моє життя»

Запитання	Первинна діагностик а	Повторна діагностик а
1. Чи зареєстровані Ви у яких-небудь соціальних мережах?	%	%
Так	100%	100%
Ні	0%	0%
2. Як часто Ви користуєтеся соціальними мережами?		
А)декілька разів на день	97,0%	81,0%
В)кілька разів на тиждень	3,00%	19,00%
3. Якими із соціальних мереж Ви найчастіше користуєтеся? (вказіть не більше 3-х)		
Telegram	64,0%	64,0%
You Tube	50,0%	67,0%
TikTok	72,0%	58,0%
Instagram	72,0%	67,0%
4. Чи цікавитеся Ви блогами і влогами у тих соціальних мережах, яким надаєте перевагу?		
Так	78,0%	78,0%

Ні	22,0%	22,0%
5. Чи ведете ви власний блог/влог у соціальній мережі?		
Так	22,0%	36,0%
Ні	78,0%	64,0%
6. Яка тематика блогів цікавить Вас найбільше? (Вкажіть до 3 найбільш актуальних для вас)		
А) Інформаційний блог (огляд новин, інтерв'ю, гайд, політичний огляд, опитування)	41,0%	41,0%
Б) Тревел, пригоди (відеощоденник мандрівника)	41,0%	28,0%
В) Навчальний/освітній блог (поглиблення знань, вивчення матеріалу, покращення майстерності з певної дисципліни, професійної сфери, економіки, бізнесу, механіки, будівництва тощо.)	0,0%	41,0%
Г) Лайфхак (навчальне відео, що містить різні поради)	19,0%	19,0%
Д) Бьюті (поради щодо створення красивого макіяжу, зачіски тощо)	22,0%	17,0%
Е) Мотиваційний	22,0%	22,0%
Ж) ІТ-блог (мобільні пристрої, комп'ютерні технології, ІТ індустрія)	22,0%	19,0%
З) Геймінг-блог (мобільний та ПК-геймінг)	41,0%	32,0%
І) лайфстайл (розповідь про своє життя)	22,0%	22,0%
К) Розважальний: пранк (розіграш когось), шоу (неформальний стиль), відповіді на питання, троллінг-інтерв'ю (висміювання когось), челенж (виконання мережевих завдань), скетч (комедійна замальовка), музичне відео, соціальний експеримент.	44,0%	41,0%
7. Ви надасте перевагу блогерам, які продукують		
А) відеопродукцію	78,0%	78,0%
Б) фото, тексти	22,0%	22,0%

8. Скільки часу Ви проводите за переглядом цікавих для Вас блогів / влогів?		
1. Менше години на тиждень		
2. Одну-дві години на тиждень		
3. Декілька годин на тиждень		20,0%
4. Менше години на день, але кожендень	44,0%	44,0%
5. Декілька годин на день	56,0%	36,0%
9. Взаємодія із контентом блогерів сприяє Вашій здатності бути обізнаним і орієнтуватися головних подіях і трендах у світі.		
1. Однозначно, ні		
2. Більше ні, ніж так	11,0%	36,0%
3. П'ятдесят на п'ятдесят	33,0%	20,0%
4. Переважно так		
5. Так, однозначно	56,0%	44,0%
10. Чи прислуховуєтесь Ви до думок рекомендацій, історій чи порад блогерів, яким надаєте перевагу		
1. Однозначно, ні		
2. Більше ні, ніж так	20,0%	28,0%
3. П'ятдесят на п'ятдесят	33,0%	36,0%
4. Переважно так	49,0%	36,0%
5. Так, однозначно	8,0%	0,0%
11. Чи відволікаєтесь Ви на перегляд улюблених блогерів навіть тоді, коли в цьому нема об'єктивної потреби (щоб заповнити час, від нудьги,)?		
1. Ні, не відволікаюсь на перегляд без об'єктивної причини		
2. Більше ні, ніж так		24,0%
3. П'ятдесят на п'ятдесят	28,0%	20,0%
4. Переважно так	22,0%	20,0%
5. Так, однозначно відволікаюсь наперегляд без об'єктивної причини	50,0%	36,0%
12. Які емоції Ви відчуваєте, коли необхідно завершувати перегляд Ваших улюблених блогерів, або коли ваш блогер не викладає до мережі контент?		

1.Знаходжу для себе інші заняття, тане переживаю з цього приводу	44,0%	44,0%
2.Негативні емоції відсутні		24,0%
3.Нейтральні емоції	44,0%	20,0%
4.Переважно відчуваю негативні емоції	12,0%	12,0%
5. Відчуваю сум, або роздратованість,що необхідно припинити улюбленезаняття, чи відсутній улюбленийконтент		
13. Буває так, що Ваші вчинки засновані на отриманій інформації з контенту, що продукується блогерами		
1.Однозначно, ні	28,0%	47,0%
2.Більше ні, ніж так	32,0%	42,0%
3.П'ятдесят на п'ятдесят		11,0%
4.Переважно так	28,0%	
5.Так, однозначно	12,0%	0,0%
14. Чи є Ви активним дописувачем у коментарях під контентом Ваших улюблених блогерів?		
1. Ні, я ніколи не коментую контент блогерів	39,0%	8,0%
2.Більше ні, ніж так	39,0%	20,0%
3.П'ятдесят на п'ятдесят		22,0%
4.Переважно так		
5.Так, я активний коментатор	22,0%	50,0%