

СОЦІАЛЬНА ЗГУРТОВАНІСТЬ ЧЕРЕЗ УЧАСТЬ МОЛОДІ

ПОСІБНИК ДЛЯ ТРЕНЕРІВ





Соціальна згуртованість через участь молоді: посібник для тренерів. – Київ, 2021. – 128 с.

Авторський колектив: Максим Єлігулашвілі, Оксана Ємшина-Гоцко, Олександра Козорог, Вікторія Романюк.

Публікація підготовлена в рамках реалізації проекту «Соціальна згуртованість через участь молоді», що фінансується та впроваджується Програмою розвитку ООН в Україні.

Думки, висновки чи рекомендації належать авторам та упорядникам цього видання і не обов'язково відображають погляди Міністерства молоді та спорту України чи Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй.

Зміст



Компоненти обміну	4 – 5
Як працювати з посібником	6 – 8
Ресурс «Соціальна згуртованість і багатоманіття»	9 – 49
Ресурс «Ефективна комунікація»	50 – 85
Ресурс «Медіаграмотність»	86 – 113
Ресурс «Участь і вплив молоді»	114 – 129

Компоненти обміну



Одним із інструментів вибудовування взаємин як між людьми, так і між певними спільнотами, регіонами можуть стати молодіжні обміни. Адже це унікальна можливість обговорити різні теми, поділитися культурною спадщиною й традиціями, створити атмосферу порозуміння і поваги до інших культур і національних відмінностей. Тематика і подієве наповнення обміну можуть бути вкрай різними, але головне завдання — допомогти молодим людям усвідомити свою значущість і зрозуміти / прийняти можливості впливати на життя своїх громад, розширити світогляд, розвинути почуття солідарності й поваги до інших людей і груп, встановити робочі й дружні контакти з людьми з різних регіонів України.

Усвідомлюючи це, команда, що створювала цей посібник, спробувала зробити неможливе. А саме: охопити п'ятиденною програмою головні компоненти, які допоможуть тренерам молодіжних центрів ефективно й практично «занурювати» учасників у дії, спрямовані на соціальне згуртування.

Програма молодіжного обміну виходить за межі власне п'ятиденних активностей. Адже тренінг, навіть якісний, але не адаптований до простору й часу проведення, не орієнтований на практичне опанування описаних інструментів, скоріше за все виявиться малоефективним. Тому не забувайте про головні кроки та відповідні завдання.

Крок 1. Знайомство не лише з простором (бо це надто вузько), а й із особливостями регіону, куди учасники їдуть для обміну, основними напрямками роботи. Карантинні обмеження змусили нас адаптуватися, напрацювати інструменти й підходи на основі цифрових можливостей. Тому ще на етапі планування візиту продумайте в рамках команди, з чим ви хотіли би познайомити учасників. Тільки пам'ятайте, що ви працюєте з молодими людьми, тож посилання на сторінку громади у Вікіпедії навряд викличе у них жвавий інтерес.

Крок 2. Молодіжний обмін. Цей посібник розроблений для професійних тренерів, які мають достатній досвід реалізації освітніх проектів для молоді та за її участі. Тож він не містить традиційних тренінгових вправ. Кожен із розділів присвячений окремій темі, вправи мають відповідну специфіку. Крім того, вправи перераховано «з запасом» — таким чином команда організаторів тренінгу матиме змогу розширити активності за блоками відповідно до запиту чи особливостей групи.

Працюючи з кожним ресурсом, пам'ятайте:

- Молодіжний обмін — це не тренінг у класичному розумінні. Він передбачає час на неформальне спілкування та вивчення приймаючої громади «у полі». Відповідно до ваших можливостей, складу групи та її побажань не забудьте спланувати й активності безпосередньо в громаді. Це можуть бути квест чи візити до громадських організації, арт-інтервенції чи просто посиденьки з гітарою при багатті.

- Посібник містить більше вправ, ніж фізично можна провести за вказані дні, тож команда тренерів муситиме сформулювати із запропонованих вправ, позатренінгових активностей власну авторську програму.

- Посібник призначений для тренерів-практиків, які достатньою мірою обізнані з груповою динамікою, володіють інструментами неформальної освіти, мають необхідні знання та вміння з фасилітації роботи груп, зокрема й складних обговорень, присвячених цінностям.

Складаючи програму, потрібно насамперед враховувати потенціал та зацікавленість учасників. Пропонуємо такий орієнтовний розподіл часу тренінгу:

- Ресурс «Багатоманіття». Він відкриває процес, допомагаючи пояснити самим собі та іншим особливості ідентичності, її формування, трансформації та зовнішніх впливів на ці процеси. Рекомендований час: 4–6 тренінгових сесій.

- Ресурс «Ефективна комунікація». Обговорюючи опозицію «ми – вони», ви неодмінно зачепите питання конфліктів та напруженості. За підсумками роботи з цим ресурсом учасники не стануть суперперемовниками, але ознайомляться з ефективнішими підходами до комунікації. Рекомендований час: до 4 тренінгових сесій.

- Ресурс «Медіаграмотність». Коли майже в кожного в кишені не просто засіб зв'язку, а ціле BBC, інструмент не лише споживання, але й створення інформації, критичне мислення складно недооцінити. В рамках цього ресурсу учасники детально опрацюють теми фейків, перевірки фактів, суті медіа та принципів їх роботи. Рекомендований час: до 4 тренінгових сесій.

- Ресурс «Вплив і участь молоді». Остання сесія, яка має не лише ознайомити учасників із численними інструментами участі молоді та засобами впливу, але й сформувані в них готовність цей вплив здійснювати. Байдуже, наскільки масштабними чи навпаки малими будуть цілі й кроки, – молоді люди мають ставати агентами змін. Рекомендований час: 6–8 тренінгових сесій.

Крок 3. Що далі? Чи є у вас ідеї, як допомогти учасникам обміну й надалі не просто підтримувати спілкування, а й утілювати ідеї, згенеровані під час тренінгу? Чи виробили ви власне бачення щодо перетворення зацікавлених молодих людей на амбасадорів соціальної згуртованості? Тих, хто свідомо творитиме цей соціальний «клей» у власній громаді? Якщо ні – збирайте всю команду й запускайте мозковий штурм, щоб урешті видати на-гора численні ефективні плани.



Як працювати з посібником



Характерною особливістю молодіжних обмінів, попри освітні компоненти, є те, що в основу процесу покладено неформальне навчання. Так, кожна вправа має певні цілі та завдання, але наповненням, стрижнем виступають безпосередньо учасники. Найчастіше вони вкрай мотивовані до участі в процесі. Це дає можливість вибудувати взаємозалежність між інтелектуальною складовою, емоційним тлом та практичними результатами.

Команда розробників заклала в основу посібника навчання через досвід (модель залученого навчання). Навчальний процес охоплює не лише досвід, але й його використання. Усі дії слід перевіряти досвідом, який дає знання й допомагає оцінити важливість отриманої інформації. Тож варто переосмислити власний досвід, досвід інших, рефлексувати про те, що відбулося, узагальнювати, осмислювати й застосовувати отримані компетенції у подальшій діяльності.

Для кого цей посібник

Ми би ввели читачів в оману, якби сказали, що посібник призначений для молоді. Так, у рамках обміну пропонованими інструментами скористається саме молодь. Але безпосередніми користувачами посібника стануть тренери й працівники молодіжних центрів, громадських організацій та зацікавлені спеціалісти, які організують освітні заходи для молоді, передусім на теми соціальної згуртованості. Утім, матеріали посібника допоможуть провести й заходи, присвячені недискримінації, історичній пам'яті, ефективній комунікації та розв'язанню конфліктів, медіаграмотності та складовим критичного мислення, базовим аспектам дієвої участі молоді у житті громад.

Цілі ресурсів

РЕСУРС «БАГАТОМАНІТТЯ»

- допомогти учасникам побачити у кожному члені групи окрему особистість. Роз'яснити поняття «ідентичність», визначити її елементи, сприяти усвідомленню належності до різних груп ідентичності. Ознайомити учасників із поняттями «узагальнення», «стереотип»;

- роз'яснити учасникам вплив упереджень та стереотипів на поведінку людини, сформувані розуміння соціальної нерівності як джерела дискримінації та відторгнення;

- поглибити в учасників розуміння культурних відмінностей, визначити, яким чином вони впливають на комунікацію та досягнення спільного результату. Удосконалити навички комунікації та співпраці, ухвалення рішень та досягнення згоди;

РЕСУРС «ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ»

- продемонструвати особливості сприйняття та підходів до роботи з конфліктними чи проблемними ситуаціями, обговорити принципи та умови інтервенції у конфлікт, представити комунікативні навички й техніки, необхідні для налагодження порозуміння та взаємодії між сторонами конфлікту;

- надати учасникам інформацію про виникнення упереджень та способи запобігання їм, пояснити особливості процесу мислення та сприйняття інформації, основні когнітивні помилки та пастки, які виникають під час обробки та аналізу інформації;

Ресурс «Багатоманіття»

- продемонструвати учасникам, як формується індивідуальна та колективна пам'ять; як співвідносяться різні розуміння пам'яті та її проявів на рівні конкретної людини й суспільства. Навчити розпізнавати «пам'ятні місця» та наголосити на їх важливості й необхідності їх збереження;

- сформувати в учасників розуміння важливості вивчення потреб цільової групи та залучення усіх зацікавлених сторін до ухвалення рішень. Сприяти осягненню й застосуванню різних рівнів та принципів участі задля забезпечення соціальної згуртованості.

Ресурс «Ефективна комунікація»

- ознайомити учасників із різними стратегіями поведінки в конфлікті, спонукати до осмислення власних стратегій і тактик, надати підґрунтя для урізноманітнення поведінкових стратегій та протоколів дій;

- обговорити різні стилі й особливості комунікації, бар'єри, які можуть виникати в процесі передачі інформації; аспекти та дії, які спрощують сприйняття і взаємодію та які навпаки суттєво ускладнюють її;

- допомогти учасникам зрозуміти структурну та сутнісну різницю між я- і ти-висловлюваннями, опанувати конструктивні засоби вираження емоцій, висловлення інтересів та потреб.

РЕСУРС «МЕДІАГРАМОТНІСТЬ»

- допомогти учасникам усвідомити розмаїття каналів, платформ, джерел інформації, продемонструвати складність аналізу інформації, виявлення правдивих / істинних повідомлень;

- ознайомити учасників з основними журналістськими стандартами, навчити аналізувати публікації в медіа на предмет порушення або дотримання професійних стандартів, висвітлити можливі причини та наслідки їх порушення;

- сформувати в учасників уявлення про принципи монетизації контенту; показати зв'язок між алгоритмами монетизації, змістом медіаматеріалів та способами взаємодії з аудиторією. Сформувати у молоді розуміння економічних причин та витоків можливих медіавпливів та дезінформації;

- навчити учасників логічно аргументувати причини можливих медіавпливів на аудиторію; сформувати розуміння важливості медіаграмотності та інформаційної гігієни;

- роз'яснити поняття «фейк», «фейкова інформація», визначити їхні ознаки та особливості впливу; обговорити з учасниками, чому фейкову інформацію важко виявити і як можна їй протидіяти.

РЕСУРС «ВПЛИВ І УЧАСТЬ МОЛОДІ»

- допомогти учасникам зрозуміти основні складові та актуалізувати для себе важливість «участі», навчити їх виявляти та аналізувати відчуття нерозуміння подій навколо;

- пояснити залежність розширення прав та можливостей від прозорості та обміну інформацією;

- сформувати в учасників навички аналізу проблем та інструменти швидкого і якісного встановлення причинно-наслідкових зв'язків;

- надати учасникам знання та інструменти аналізу ситуацій, визначення тих, хто має владу, хто впливає на владу; пояснити, яким чином учасники можуть обстоювати ідеї та інтереси спільно з громадами.

Опис кожного ресурсу містить короткий текст, який задає рамки та пояснює логіку виконання вправ. Усі вправи подано як частини єдиного конструктора, що дає професійним тренерам змогу в рамках молодіжних обмінів гнучко адаптувати програму під запити й потенціал учасників.

Утім, рекомендуємо дотримуватися загальної логіки викладу:

БАГАТОМАНІТТЯ – ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ – МЕДІАГРАМОТНІСТЬ – УЧАСТЬ І ВПЛИВ МОЛОДІ.



БАГАТОМАНІТТЯ

**ЕФЕКТИВНА
КОМУНІКАЦІЯ**

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ

**УЧАСТЬ І ВПЛИВ
МОЛОДІ**

Тематична структура, навчальні підходи та внутрішні перехресні посилання відповідають саме такій послідовності.

Команда, яка реалізувала цей проект, зіткнулася з карантинними обмеженнями. Відповідно, апробація програми здійснювалася онлайн. Тож до вправ додано рекомендації щодо адаптації курсу до онлайн-формату. Не чекаючи вакцинації, ви можете почати реалізовувати певні блоки в очній чи дистанційній формі з відвідувачами вашого центру. Для цього скористайтеся наведеними в кінці посібника посиланнями на ресурси, адаптовані під онлайн-процеси.

Механізми роботи з молоддю, освітні інструменти з розвитку соціальної згуртованості, вибудовування контактів між різними групами постійно змінюються. Ці тематики, методи й підходи набувають дедалі більшої популярності й охоплюють дедалі ширші кола громадськості. Методи та вправи невпинно вдосконалюються, визначити авторів цих поліпшень чи доповнень часто буває доволі складно. На відомих авторів ми обов'язково посилаємося. Але іноді навіть не знаємо, кому дякувати за нові знахідки й здобутки. Тож будемо вдячні користувачам і читачам, які поінформують нас про таких авторів: це допоможе відкоригувати перелік джерел і посилить авторитетність майбутніх видань.

Ресурс «Соціальна згуртованість і багатоманіття»



Вступ

Багатоманіття є однією з основних характеристик сучасного суспільства, що відображає культурні, соціальні, етнічні, статеві, вікові, фізичні відмінності чи відмінності, пов'язані з сексуальною орієнтацією, віросповіданням або просто характером. Українське суспільство є багатокультурним, і ми так чи інакше щодня стикаємося з відмінностями та розмаїттям.

Для забезпечення соціальної згуртованості та національної єдності української молоді важливо розуміти низку аспектів. Як формується багатокультурність, що лежить в її основі? Які переваги та ризики вона в собі несе? Яким чином багатоманіття впливає на формування історичної пам'яті? Чому важливо забезпечити принцип недискримінації у молодіжній спільноті та українському суспільстві в цілому і як саме це зробити?

Багатоманіття – це цінність. З одного боку, вона зберігає самобутність людини, з іншого – завдяки взаємодії з інакшим розширюється кругозір, долається обмеженість індивідуального досвіду, формуються нові принципи співпраці між людьми, засновані на повазі до рівності прав та шанобливому ставленні до відмінностей. Особливу увагу в цьому контексті слід приділяти міжособистісним взаєминам, відносинам між більшістю й меншинами, стосункам між групами з різними стилями життя, цінностями та культурою.

Міжкультурна комунікація як частина комунікації в цілому дає людині змогу бачити цілісність світу й водночас почуватися частиною цього світу, долучаючись до інших культур.

Багатоманіття в усіх своїх формах нерідко призводить до непорозумінь та конфліктів, які підсилюють наявні у суспільстві стереотипи та упередження, що, своєю чергою, породжують дискримінацію та нетерпимість. Зростання ж нетерпимості часто спричиняє насильство та збройні конфлікти на ґрунті етнічних, національних чи релігійних особливостей.

Молоді важливо вибудовувати стосунки постійної взаємодії та співпраці між різними соціальними та культурними групами, що передбачають культурний обмін та пізнання один одного й при цьому піклування про збереження специфіки кожної локальної громади.

Кожне суспільство є результатом постійного розвитку і несе на собі відбиток подій далекого і недавнього минулого, а культуру можна розглядати як збереження, розвиток і переосмислення спадщини предків. Традиції черпають сили з минулого, з яким вони можуть бути пов'язані як безпосередньо, так і опосередковано, особливо в тих спільнотах, де їх неухильно дотримуються. Укорінені в минуле традиції завжди виявляються в способі життя й мислення, сповненому різноманітними смислами, культурними кодами та цінностями. Їх розуміння дає змогу побачити минуле та сучасне у новому світлі: крізь призму повсякденного життя людей, з точки зору вибору ними стратегії поведінки, з позицій самосприйняття та самоусвідомлення,

які визначають ставлення до себе, спільноти, держави та світу в цілому. Саме тому важливо розуміти, які саме культури представлені в довколишньому соціумі, щоб через усвідомлення неоднозначності нашого буття шукати способи взаємодії для згуртування молоді на основі принципів толерантності й взаєморозуміння.

Неабияка роль у цьому процесі належить історичній пам'яті, яка є спрощеним колективним уявленням членів національної спільноти про факти свого минулого. Крім того, змістом пам'яті є не стільки факти минулого, скільки стереотипізовані образи цих фактів, точніше оцінкове уявлення про них. Складність ситуації в демократичному суспільстві полягає в тому, що загальнонаціональна історична пам'ять – це угода (культурна, ідеологічна) між різними соціальними групами (та політичними силами, що їх представляють), які пропонують різні варіанти локальних моделей пам'яті.

Історична пам'ять може бути і є джерелом упереджень та стереотипів. Зіткнення культур, які борються за домінування чи виживання, загострює впливи на суспільні групи.

Глобалізація, міграційні процеси й навіть пандемії постійно нагадують людству про те, що світ різноманітний і водночас єдиний, що різні підходи до одних і тих самих процесів неминучі – з огляду на відмінності між культурами.

Для якісної інтеграції в неоднорідному суспільстві необхідно розвивати сукупність компетентностей міжкультурного спілкування. Ці компетентності стають практичним інструментом, який допомагає адекватно оцінювати та інтерпретувати потреби; вирішувати, як ці потреби можна задовольнити в конкретній громаді; де шукати необхідну підтримку і як змінити ставлення та підхід, щоб передбачити можливі нестандартні ситуації. Вони допомагають досягнути ту чи іншу проблему в цілому й належно оцінити якості та можливості «іншого». Без компетентностей міжкультурної комунікації неможливо «чути» інших, виховувати відкритість, співпереживання, повагу до особистого вибору людини і способів самовираження, вони допомагають спільно «діагностувати» будь-яку проблему, розпізнавати ситуації навішування ярликів, стигматизації.

Представлені у цьому модулі ресурси заохочують особистість до активного процесу пізнання особливостей сучасного різноманітного світу, розуміння «власної» культури та її складників, допомагають усвідомити вплив різних видів історичної пам'яті на формуванні ідентичності та культурної взаємодії, дослідити можливості й особливості діалогу пам'ятей та поколінь. Важливу роль у модулі відведено темам, пов'язаним із формуванням стереотипів та упереджень, питанням, яким чином вони впливають на стосунки між людьми, як унеможливити та захистити представлені у соціумі меншини від дискримінації та мови ненависті.

Завдяки логічній структурі матеріалів модуля учасники, відштовхуючись від усвідомлення свого «Я», зможуть побачити в кожному члені групи окрему особистість, зрозуміти належність до різних груп ідентичностей, навчитися «бачити» стереотипи та упередження, які впливають на поведінку людини та можуть призвести до дискримінації й відторгнення. Для формування в учасників здатності розуміти й поважати відмінності іншої людини, готовності до конструктивного діалогу й здійснення усвідомленого вибору на основі сталих ціннісних орієнтацій у модулі запропоновано низку вправ на обговорення ключових загальнолюдських цінностей, розуміння культурних відмінностей та їх впливу на комунікацію, усвідомлення необхідності чути голоси всіх, забезпечувати принципи участі й недискримінації в процесі взаємодії та ухвалення рішень.

За потреби вправи можна використовувати й окремо, а не комплексно, посилюючи той чи інший компонент, важливий для розвитку компетенцій молоді та ресурсності групи загалом.

Вправа «Хто як сприймає»

Адаптовано за: Шиман Д. Книга про передсуди. Посібник для роботи в класі / Переклад з англ. – Донецьк, 1997.



60 хв.



Мета і завдання:

допомогти учасникам зрозуміти, що люди сприймають ті самі явища (предмети, людей, події) по-своєму, допомогти виявити зв'язок між точністю сприймання ними іншої людини і їхнім знанням цієї людини, допомогти зрозуміти, що сприйняття, думки й погляди людини щодо когось / чогось сильно залежать від її системи координат (наприклад, моральних принципів, уявлень, досвіду, національності).



Матеріали:

папір, ручки, фліпчарт, маркери, зображення з Додатків 1, 2, роздруковані чи виведені на екран (додатково проєктор, екран).

Порядок проведення:

Етап 1. Індивідуальна робота

Вкажіть на будь-який предмет в аудиторії, наприклад стілець.

Запропонуйте учасникам написати п'ять слів або речень про цей предмет. Попросіть учасників поділитись спостереженнями.

Поради. Можливо, спостереження будуть дещо схожими, та навряд бодай два списки збігатимуться повністю. Зверніть увагу, що, навіть описуючи таку просту річ, як стілець, різні учасники виділили різні ознаки. Наголосіть, що жоден із описів не є єдино правильним – вони просто різні. Крім того, зазначте: те, що людина бачить, може залежати від місця, де вона сидить.

Етап 2.

1. Покажіть учасникам картину (Додаток 1), запропонуйте їм відзначити на зображенні три фрагменти, які вони вважають найважливішими (або найцікавішими), перелічивши їх у порядку значущості.

Потім запропонуйте кільком учасникам зачитати свої переліки й пояснити, чому вони обрали саме ці фрагменти. Запишіть їх на дошці / фліпчарті.

Зазначте, що всі побачили ту саму картину, але важливими (або цікавими) назвали різні фрагменти.

2. Покажіть учасникам чотири портрети жінок (Додаток 2).

Порада. Таку добірку можна зробити самостійно. Це можуть бути фотографії дорослих людей однієї статі, приблизно одного віку, але дуже різної зовнішності. Це можуть бути представники різних культур або національних груп.

Попросіть учасників визначити, хто їм здається найпривабливішим.

Після обговорення уподобань, показуючи портрети по черзі, запитайте учасників, кому, на їхню думку, ця людина сподобалася би більше, ніж інші.

Учасники мають усвідомити, що краса – в очах того, хто дивиться.

3. Попросіть учасників висловитися про останні події місцевого, державного чи міжнародного значення. Потім попросіть їх визначити інші групи в цьому суспільстві чи за його межами, які, на їхню думку, могли б із ними погодитися чи не погодитися. Спробуйте виявити можливі причини розбіжностей. Учасники мають зрозуміти, що іноді з абсолютно різних (навіть діаметрально протилежних) причин люди можуть дотримуватись однакових поглядів на одну й ту саму подію.

Порада. Щоразу обов'язково наголошуйте: розбіжності в поглядах не обов'язково означають, що одна людина має рацію, а інша – ні.

Етап 3. Обговорення-рефлексія

Обговоріть із учасниками, яку роль у нашому житті відіграє розмаїття способів сприйняття і поглядів. На основі вищенаведених прикладів подискутуйте з учасниками про одне з нижчезазначених питань.

Питання для обговорення:

- Що було б, якби всі мали однакові уявлення, думки й погляди?
- У чому потенційні переваги ситуації, за якої всі сприймають речі й людей однаково?
- Чи бажали б ви жити в такому суспільстві, де всі бачать усе навколо однаково? Чи бачили б усе інакше?
- Чи сподобалася б вам дискусія про поточні події, у якій єдиним джерелом інформації для всіх учасників була б одна й та сама стаття в журналі й аналогічне повідомлення в інших медіа?

Етап 4.

Об'єднайте учасників у пари. За можливості нехай в одних парах будуть добре знайомі, а в інших – ледь знайомі учасники.

Запропонуйте кожному учасникові скласти перелік речей, наприклад передач, книг, фільмів, які, на його думку, мусили би сподобатися його партнеру, не показуючи списки одне одному.

Потім нехай кожен учасник складе список з п'яти речей, що до вподоби йому самому.

Після виконання цього завдання попросіть учасників порівняти списки. Скеруйте дискусію за допомогою таких питань:

- Чи відрізняється перелік, який ви склали для партнера, від його власного переліку?
- Які пари мають найбільш схожі списки?
- Чому переліки в одних пар збігаються більше, ніж в інших?

Етап 5.

Обговоривши, як точність сприйняття залежить від того, наскільки учасники знають своїх партнерів, спитайте їх, щодо кого з перелічених потенційних партнерів їхні здогадки були б найбільш чи найменш точними:

- учасник-одноліток із їхньої громади (закладу освіти, села, міста тощо);
- учасник-одноліток із іншого регіону України;
- учасник-одноліток із Молдови;
- учасник-одноліток із Нігерії;
- учасник-одноліток із Німеччини;
- учасник старшого віку з Сальвадору.

Попросіть учасників обґрунтувати різну точність тих чи інших здогадок. Допоможіть їм скласти перелік чинників, які впливають на точність сприйняття й здатність людини неупереджено судити про інших. До списку можна включити: можливості отримання інформації, особисті упередження, чужі погляди й безпосередні контакти.

Зазначте, що наші погляди на людей можуть сформуватися навіть задовго до знайомства з ними. Відсутність арабів, ромів чи євреїв у районі, де ми мешкаємо, не означає відсутності «контактів» із ними через медіа.

Запитайте учасників, чи мають вони думки або погляди щодо «інших», із якими безпосередньо не спілкувалися. Попросіть їх також навести приклади з власного досвіду, коли упереджені погляди впливали на їхнє ставлення до людей вже після особистого знайомства з ними.

Додаток 1

Пітер Брейгель Старший. Зимовий пейзаж із ковзанярками та пасткою для птахів.
1565 р.



Додаток 2

Джерело: <http://mapme.club/poradi/9436-atlas-kraasi-fotograf-prodovzhuie-rob-ti-chudovi-portreti-zhinok-po-vsomu-svitu.html>

Фото з «Атласу краси» – проекту румунки Мікаели Норок, яка об'їхала 37 країн світу, скрізь фотографуючи красивих жінок. Проект мав на меті показати різноманітність планети через портрети жінок. Знімки фотографиня опублікувала в соцмережі Facebook. Серед героїнь – красуні зі США, Росії, Латвії, Молдови, Японії, Китаю, Австралії, Ірану, Перу, Колумбії, Туреччини, Таджикистану, Узбекистану, Монголії, Афганістану, Румунії, Чилі, Куби, Еквадору, Ефіопії, Нової Зеландії, Англії, Мексики тощо.



1.



2.



3.



4.



5.



6.

Вправа «Спільне – відмінне»

60 хв.



Мета і завдання:

допомогти учасникам побачити у кожному члені групи окрему особистість; розглянути поняття «ідентичність людини», визначити її елементи, усвідомити належність до різних груп ідентичності.

Матеріали:

картоплини / яблука / квасолини (за кількістю учасників), кошик, роздруківки Додатку 1 (за кількістю учасників), фліпчарт, маркери.

Порядок проведення:

Перш ніж розпочати вправу, можна обговорити людську схильність – нерідко безпідставну – ототожнювати абсолютно різних людей. Можна, наприклад, запитати в учасників, чи згодні вони з таким висловом: «Усі учасники тренінгу однакові». Безперечно, вони не погодяться і скажуть, чим відрізняються один від одного. Від цієї коротенької дискусії переходьте до пояснення індивідуального та загального.

Етап 1.

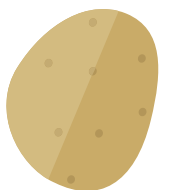
Висипте з кошика картоплю й попросіть кожного учасника вибрати собі одну і «потоваришувати» з нею, відрекомендувати свого нового «товариша/ку» всій групі. Дайте хвилину, щоб кожен міг спокійно познайомитися з новим другом.

Після знайомства покажіть свого «товариша» всім учасникам і представте за допомогою короткої оповіді, наприклад, описавши фізичні характеристики своєї картоплини – пошкодження або численні очка. Потім своїх «товаришів» представлять групі учасники. Далі попросіть учасників покласти своїх «друзів» назад до кошика. Зверніть увагу, чи відрізняється поводження з картоплею на початку вправи та на цьому етапі.

Коли вся картопля буде знов у кошику, спитайте, чи згодні присутні з твердженням «Всі картоплини однакові», а також поцікавтеся, чи зможуть учасники знайти «свої» картоплини. Повільно висипте картоплю з кошика і запропонуйте присутнім упізнати своїх «друзів». Можливо, виникнуть труднощі, і хтось в останню хвилину мінятиметься картоплинами.

Попросіть учасників зазначити одну відмінність своєї картоплини від решти. Щоб зберегти час, можна об'єднати учасників у невеликі групи.

Проведіть аналогію між картоплинами й людьми. Учасники можуть скласти список груп, про які чули твердження «всі вони однакові». Знов і знов повторюйте: той, хто висуває такі тези, вочевидь, пошкодував часу або просто не вважав за доцільне краще познайомитися зі своїм «другом».



Етап 2.

Кожен учасник отримує аркуш зі схематичним зображенням цибулини (Додаток 1) та завдання вписати у кожен шар лушпиння відповідь на запитання «Хто я?». Що «товщою» вийде цибулина, то краще: спробуйте пригадати всі свої соціальні та особистісні ролі. Тренер може продемонструвати свою «цибулину».

Етап 3. Обговорення-рефлексія

Питання для обговорення:

- Чи є у вашій «цибулині» щось таке, що ви не хотіли б оголошувати або показувати всім? (Відповідь на це питання має бути лише «так / ні»).
- Чи можемо ми характеризувати людину лише за одним із її проявів? Чи можемо стверджувати, що знаємо її? Робити певні висновки? Чому?
- Зверніть увагу на вашу «цибулину»: щось знаходиться на поверхні (як правило, це зовнішність, одяг, раса), а щось приховане (переконання, цінності тощо). Про що складніше дізнатися? А що важливіше?

Етап 4.

Об'єднайте учасників у групи і знайдіть хоча б одну ознаку, яка свідчатиме про унікальність, неповторність кожного учасника, тобто про його відмінність від інших. Після цього попросіть учасників розказати всій групі, які ознаки унікальності вони заявили.

Скориставшись аналогією з картоплею, зазначте, як важливо знаходити в людях не тільки ознаки неповторності й індивідуальності, але й спільні риси. Виберіть кількох учасників, які уособлюють відмінності, наявні у вашій аудиторії (стать, національність, сексуальна орієнтація тощо), і попросіть їх вийти перед групою. Нехай решта учасників назвуть якомога більше ознак, спільних для всіх. Запишіть їх на дошці / фліпчарті. Це завдання дає уявлення про процес узагальнення, а також привертає увагу до того, що спосіб опису іншої людини чи предмета визначається тими класифікаційними категоріями, якими користується мовець. Потім спитайте:

- Чи існують ознаки, спільні для певних осіб, але не для всіх?

Запропонуйте знайти якомога більше критеріїв поділу вибраних учасників на групи. Наголосіть, що кожний учасник потрапляє до великої кількості груп.

Особливості обговорення:

Після обговорення варто зосередитися на таких тезах-висновках:

- Наша ідентичність / особистість багат шарова. Ці шари формуються під впливом способу життя, світогляду, досвіду тощо. На формування особистості впливають не лише наші зусилля, а й цілий довколишній світ. Отже, все навколо взаємопов'язане.

- «Лушпиння» може з часом змінюватися, воно множинне, і ми можемо наголошувати на різних виявах себе. Це своєрідні окуляри зі змінними лінзами: крізь лінзу «родина» ми побачимо себе як доньку / сина, крізь лінзу «національність» – українця, крізь лінзу «дозвілля» – фотографа-хіпстера тощо.

- Усе має два боки. По-перше, ми самі визначаємо деякі прояви своєї особистості як негативні, а деякі як позитивні; по-друге, оточення сприймає щось у нас як негативне, а щось як позитивне.

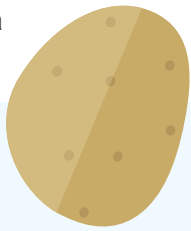
- Пізнавати себе не тільки радісно, але й іноді боляче. Тому ми пускаємо всередину тільки близьких.

- Наші прояви формують «букет», унікальну особистість: усі ми рівні попри те, що всі різні.



• Хоч кожна картоплина унікальна, та всі вони мають спільні характеристики, за якими можна їх по-різному згрупувати: за кольором, формою, хвилями форми, вагою, твердістю порівняно з іншими. У людях так само важливо знаходити не тільки ознаки неповторності й індивідуальності, але й спільні риси.

• Попри відмінності, абсолютно всі люди рівні у своїй гідності та правах. Кожна людина повинна мати всі права й усі свободи незалежно від раси, кольору шкіри, статі, мови, релігії, політичних або інших переконань, національного чи соціального походження, майнового, станового чи іншого становища (Загальна декларація прав людини, статті 1, 2).



Примітки для тренера:

Ідентичність – відчуття спільності, причетності до групи людей, із якою нас об'єднують спільні характеристики: група говорить однією з нами мовою, шанує ті самі традиції й дотримується їх, володіє такими самими професійними знаннями й навичками, поділяє наші цінності, має такі самі захоплення тощо.

Особиста ідентичність складається з переконань, цінностей та інтересів, які визначають людину як індивідуальну особистість, а соціальна ідентичність формується на основі національної та релігійної належності, мови й культури, за якими людину ідентифікують у суспільстві.

Психофізіологічна ідентичність – усвідомлення людиною єдності свого організму, фізіологічних і психічних процесів, що в ньому відбуваються.

Особистісна ідентичність – єдність і спадковість життєдіяльності, цілей, мотивів, настанов, ціннісних орієнтацій і самосвідомості особистості, ставлення до свого минулого, теперішнього і майбутнього.

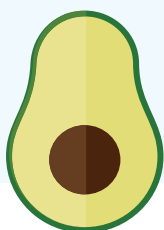
Соціальна ідентичність – єдність і спадковість певної системи соціальних характеристик (норм, ролей, статусів), що дають змогу диференціювати індивідів за їхнім суспільним становищем і груповою належністю, усвідомлення ними належності до певної соціальної групи, категорії.

Етнічна ідентичність – відчуття належності до певної етнічної спільноти, однаковості з іншими її членами внаслідок спільності історичної пам'яті, спогадів про єдиних предків та емоційних зв'язків із батьківщиною, а також спільності основних компонентів культури, що зазвичай виявляється у солідарності з членами цієї спільноти.

Етнічна ідентичність багаторівнева за своїм характером: індивіди можуть на різних рівнях ідентифікації відчувати належність водночас до кількох етнічних спільнот. Одна людина одночасно ідентифікує себе з кількома етнічними спільнотами різного рівня: українець (основний етнічний підрозділ, етнос), гуцул (етнографічна група, субетнос), слов'янин (метаєтнічна спільність).

Ідентичність – динамічний процес:

- Ми маємо множинні ідентичності, які накладаються одна на одну.
- Наші ідентичності піддаються змінам.
- Наші ідентичності є видимими (тобто відображатися в тому, який одяг ми носимо, яку їжу споживаємо...) і прихованими (наші переконання й цінності, групи, до яких ми належимо, тощо), а тому наші припущення щодо інших людей можуть бути хибними.



Чому важливо розуміти ідентичність?

- Усвідомлення власної ідентичності допомагає краще розібратися в собі, посилює самоповагу й відчуття належності.
- Ідентичність визначає наші принципи й цілі, формує розуміння світу й обумовлює ухвалювані нами рішення.
- Стійке відчуття ідентичності може стати причиною конфлікту, послужити виправданням для утисків інших людей і спільнот із відмінною ідентичністю. Ідентичність впливає на те, як ми сприймаємо інших людей.
- Розуміння ідентичності може сприяти встановленню нових конструктивних взаємин.
- Вивчення власної ідентичності:
 - вивільнить потенціал для навчання й особистісного зростання;
 - спонукатиме більше цінувати нові погляди й створювати умови для між-культурного й міжнаціонального діалогу;
 - допоможе вийти за межі звичних припущень і сформувати нові думки та нову систему культурних координат, аби краще зрозуміти себе та інших.
 - Глибше розуміння ідентичності інших дає змогу зрозуміти чинники, погляди, ставлення й потреби різних народів і культур.

Додаток 1



Вправа «Від узагальнень до стереотипів»



30 хв.



Мета і завдання:

ознайомити учасників із поняттями «узагальнення», «стереотип»; допомогти їм дослідити співвідношення між узагальненням і створенням стереотипів; навчити учасників піддавати узагальнення щодо тих чи інших людей сумніву і вимагати підтверджень та обґрунтувань, змінювати власні узагальнення, якщо факти вказують на їх хибність.



Матеріали:

роздрукована Додатку 1 (за кількістю учасників).

Порядок проведення:

Етап 1.

Роздайте учасникам Додаток 1, попросіть їх поставити хрестик у тій колонці, яка, на їхній погляд, найточніше відбиває ступінь обґрунтованості наведених узагальнень. Коли таблицю буде заповнено, поверніться до списку і попросіть учасників пояснити свій вибір.

Етап 2.

Запропонуйте учасникам переформулювати узагальнення таким чином, щоб вони точніше відбивали наявну інформацію. Можна також поцікавитися, яка інформація їм потрібна, щоб змінити свій погляд.

У подальшому обговоренні учасники, можливо, обґрунтують свої відповіді власними прикладами. Тут буде доречно вказати на небезпеку передчасних узагальнень, які нерідко базуються на обмеженому особистому досвіді.

Особливості обговорення:

У процесі виконання цих завдань ви маєте допомогти учасникам зрозуміти кілька важливих моментів:

- **Узагальнювати** — порівнюючи окремі предмети, факти, явища тощо, виявляти спільні риси, особливості й на їх основі робити висновки у формі загальних положень.

- Узагальнення — це звична повсякденна річ, до якої ми всі вдаємося.

- Узагальнення необхідні, без них у житті не обійтися. Неможливо сприймати кожний предмет, особу чи подію як щось унікальне. Мусимо вміти розподіляти речі за категоріями, щоб сформулювати судження чи виконати дію. Наприклад, якби ми не тримали в голові узагальнення «автомобіль, що їде, може завдати людині шкоди», а сприймали кожний автомобіль, який їде, як новий досвід, то навряд жили б довго.

- Усі узагальнення базуються на неповній інформації.
- Майже жодне узагальнення не буває на 100% правильним, але може бути прийнятним, якщо максимально наближається до істини, наприклад: «майже всі собаки гавкають».
- Мусимо визнати, що практично з усіх узагальнень є винятки й майже всі узагальнення потребують суттєвих застережень.
- Слід бути готовим змінити, обмежити свої узагальнення або відмовитися від них на основі отриманої додаткової інформації.
- Надмірні узагальнення про людей консервують упередження, призводять до дискримінаційного ставлення і завдають шкоди усім сторонам.

Зазначте, що, вибудовуючи своє ставлення до людини на основі категоричного (і, ймовірно, перебільшеного) узагальнення про групу, до якої вона належить, ми можемо не розгледіти в особі її неповторної індивідуальності; таке ставлення може завдати шкоди чи образити.

Поясніть, що помилкові (надмірні) узагальнення іноді закріплюються в нашій свідомості й часто-густо ми від них не відмовляємося, навіть коли зустрічаємося із суперечливими фактами. Так виникають стереотипи, застигли уявлення про групи людей. Стереотипні уявлення можуть впливати на наше ставлення до окремих представників цієї групи.

Додаток 1

Узагальнення	Всі або майже всі	Більшість	Багато	Деякі	Небагато	Не знаю хто
1. Тенісні м'ячі жовті						
2. Слони сильні						
3. Риби мають зябра						
4. Павуки отруйні						
5. Цукерки шкодять зубам						
6. Немовлята плачуть						
7. Політики нечесні						
8. Багаті багато працюють						
9. Літаки – найбезпечніший вид транспорту						
10. Люди в Україні бідні						

Вправа «Цікавий персонаж»



60 хв.



Мета і завдання:

усвідомити вплив упереджень та стереотипів на поведінку людини.



Матеріали:

роздруківки Додатків 1, 2 (за кількістю груп).

Порядок проведення:

Етап 1.

Об'єднайте учасників у 4–5 груп. Видайте кожній групі фотокартку людини, при цьому інші групи не мають її бачити.

Групі 1 тренер повідомляє, що на фото – злочинець–терорист, житель сусідньої держави Володимир Степанович Лужин.

Групі 2 тренер пропонує до розгляду те саме зображення, інформуючи, що на ньому – вчитель географії Тарас Миколайович Абакумов.

Групі 3 тренер повідомляє, що на фото – депутат обласної ради Альберт Мойсейович Галайчук.

Групі 4 тренер повідомляє, що на фото – продавець із місцевого ринку, ром із Закарпаття Аладар Кісик.

Усі групи отримують завдання охарактеризувати чоловіка за такими пунктами:

- характер;
- поведінка;
- сімейний стан;
- освіта;
- шкідливі звички;
- манера спілкування.

Етап 2.

Після обговорення у групах учасники по чергово озвучують описи своїх героїв, не називаючи професії та імені людини.

Етап 3.

Після обговорення тренер демонструє всім учасникам фотокартку описуваної різними групами особи.

Питання для обговорення:

- Чи збігаються описи?





- Чому описи однієї і тієї самої людини різні?
- Які упередження чи стереотипи найбільше вплинули на опис?
- Чи вірите ви у зовнішні прикмети? Чи є вони стереотипами?
- Чи можна за всіма пунктами / певним пунктом, зазначеними у завданні, надати повну характеристику героя?
 - Чи усвідомлювали ви до завершення завдання, що мали певні стереотипи у сприйнятті цієї групи?
 - Ваш стереотип є позитивним чи негативним?
 - Якби ви були членом цієї групи, чи сподобався б вам такий опис?
 - Звідки взявся стереотип?
 - Якій меті, на вашу думку, слугують стереотипи?
 - Яким чином такий стереотип може вплинути на ваші дії щодо представників цієї групи?
- У чому полягає обмежувальний вплив стереотипу на всіх, кого він зачіпає?

Особливості обговорення:

У процесі обговорення важливо наголосити на таких тезах:

- **Стереотипи** — це набуті, зафіксовані у свідомості узагальнення, які стосуються людей і передаються у культурному середовищі.
- Найчастіше стереотипи формуються непомітно для людини, саме тому й перетворюються на стійкі еталони.
- Стереотипні уявлення про ті чи інші групи заважають нам сприймати представників цих груп якимось інакше, по-новому, не дозволяють бачити в кожному з них окрему, неповторну людську особистість.
- Стереотипні твердження можуть бути нейтральними, негативними або позитивними, але частіше бувають негативними.
- Оскільки стереотипи нерідко містять у собі частку істини, упереджені люди, вдаючись до них, наводять приклади на їх підтвердження як виправдання власних упереджень чи як «об'єктивну» підставу для дискримінаційної поведінки.
- Люди часто використовують стереотипи для виправдання нерівності певних груп і їхнього нижчого становища.
- Стереотипи змінюються з плином часу внаслідок інших змін у суспільстві.
- Негативні стереотипи призводять до упереджень та дискримінації.

Застереження та рекомендації для тренера:

Ця вправа базується на методі провокації й може виявитися дуже «чутливою» для окремих учасників, які «болісно» сприймають стереотипізацію та нерівне ставлення до представників певних груп, які, імовірно, оприявняться в процесі обговорення завдання.

Сприймайте будь-яку реакцію учасників, фіксуйте коментарі та виявлені в процесі обговорення стереотипи, притаманні як окремим учасникам, так і групі.

Поясніть, що першим кроком до руйнування стереотипного мислення є його усвідомлення у себе. Гра моделює реальний вплив на людину зовнішньої інформації, думок інших, фейків та маніпуляцій ЗМІ, а також процес «зчитування» різної інформації самою людиною.

Важливо не уникати стереотипного ставлення чи сприйняття конкретних людей та груп, а навпаки проговорювати їх наявність, допомагати виявити причини формування подібних стереотипів та узагальнень, рекомендувати стратегії подолання негативного стереотипного сприйняття інших.

Поясніть, що на подолання негативних стереотипів впливають:

- усвідомлення наявності конкретного стереотипу;
- відновлення історії та причин його створення / формування;
- оцінювання впливу цього стереотипу на думки й поведінку;
- вивчення і поширення об'єктивної інформації, отриманої з різних джерел;
- зосередження на позитивному;
- відмова від перенесення рис, притаманних одній людині, на всю спільноту (расу, націю, соціальну групу тощо);
- викорінення переконання в беззаперечній правильності власної думки й хибності позицій опонентів.

Якщо, на ваш погляд, вам бракує компетентності для модерування рефлексії, то краще відмовитися від її проведення та обрати інший, «м'якший» варіант вправ із посібника для роботи зі стереотипами.

Примітки для тренера:

Стереотипи – узагальнені переконання щодо членів певних соціальних груп. Термін «стереотип» запровадив журналіст Уолтер Ліппман (Lippman, 1922) на позначення узагальнених переконань, яких ми дотримуємося щодо груп людей, – наших думок про те, що являють собою члени цих груп.

Стереотипи, за твердженням У. Ліппмана, спочатку виникають спонтанно, через «неминучу потребу в економії уваги». Вони сприяють формуванню традицій і звичок. «Вони – фортеця, що стоїть на сторожі наших власних традицій, і під її прикриттям ми можемо почуватися безпечно в тому становищі, в якому перебуваємо». Стереотипи впливають на формування нового персонального досвіду: «Вони наповнюють свіже бачення старими образами і накладаються на той світ, який ми сприймаємо по пам'яті». Хоча релевантність стереотипу може гнучко змінюватися, переважно це неадекватні образи об'єктивної реальності, засновані на «помилках людини, яка за звичкою приймає упередження за бачення». «Стереотип однозначний; він ділить світ на дві категорії – на “знайоме” і “незнайоме”. Знайоме стає синонімом “доброго”, а незнайоме – синонімом “поганого”».

Елігулашвілі М., Федорович І., Пономарьов С. Організація навчання з питань дискримінації. Практичний посібник. – К., 2015 – С. 41.

Дослідники не пропонують однозначного погляду на природу і сутність стереотипу. Одні вважають, що стереотип у суспільній свідомості завжди сформований цілеспрямовано і функціонує на основі певного соціального замовлення. Він залежить від завдань соціалізації, а не від чуттєвої природи сприйняття. Другі, говорячи про формування стереотипу, надають особливого значення чуттєвому досвіду. Треті, погоджуючись із тим, що стереотипне мислення сформувалося стихійно, наголошують, що стереотипи підтримуються свідомо, за допомогою спеціально й історично вкорінюваних у буденній свідомість суджень, поступово пронизують усі сфери життя, зокрема політику й мистецтво, і зрештою набувають сили морального закону або «правила суспільного співжиття», які мають історичне значення.

Елігулашвілі М., Федорович І., Пономарьов С. Організація навчання з питань дискримінації. Практичний посібник. – К., 2015 – С. 41.

У сучасній соціальній психології безліч класифікацій стереотипів. Найчастіше їх групують таким чином:

- **Антропологічні** стереотипи: оцінка внутрішніх, психологічних якостей людини, оцінка її особистості залежить від особливостей її фізичного вигляду.
- **Етнонаціональні** стереотипи: психологічна оцінка людини визначається її належністю до тієї чи іншої нації, етнічної групи.
- **Соціально-статусні** стереотипи: оцінки особистісних якостей людини узалеженні від її соціального статусу. Умовно кажучи, залежно від статусу людини ми по-різному оцінюємо її зріст, зовнішність, допустимі норми поведінки.
- **Соціально-рольові** стереотипи: оцінка особистісних якостей людини ґрунтується на її соціальній ролі, рольових функціях. Наше бачення того, яким має бути військовий, бібліотекар, бізнесмен, багато в чому базується саме на стереотипах.



• **Експресивно-естетичні** стереотипи: оцінка особистості залежить від зовнішньої привабливості людини. Це так званий «ефект краси»: що привабливішою видається зовнішність оцінюваного, то позитивнішими особистісними якостями його наділяють.

• **Вербально-поведінкові** стереотипи: особистість оцінюють залежно від зовнішніх особливостей (специфіки експресії, мови, міміки, пантоміміки тощо).

Елігулашвілі М., Федорович І., Пономарьов С. Організація навчання з питань дискримінації. Практичний посібник. – К., 2015 – С. 41.

Етнонаціональний стереотип відзначається такими характеристиками:

• **узгодження** – єдність уявлень, які поділяє переважна кількість членів етнокультурної групи, що використовують даний стереотип. Стереотипи передають через казки, фільми, книги;

• **узагальнення, схематичність, спрощеність і, зрештою, помилковість**, що перешкоджає повнішому, адекватнішому взаєморозумінню людей;

• надзвичайна **емоційна насиченість** і забарвлення, оскільки характеристики, виражені в стереотипах, відіграють певну роль у традиціях конкретного суспільства;

• **стійкість** до впливу нової інформації.

Функції етностереотипів:

• **Економія зусиль**: люди не прагнуть щоразу по-новому реагувати на довколишні явища, а зараховують їх до уже наявних категорій.

• **Захист**: стереотипи – це фортеця, що захищає традиції, погляди, переконання, цінності представника етнічної групи.

• **Визначення міжгрупових відмінностей**: за допомогою етностереотипів люди визначають, чим їхня група відрізняється від інших, у чому вона унікальна.

• **Підтримка позитивної групи ідентичності**: людині приємно належати до унікальної групи, представники якої відзначаються такими гарними якостями (автостереотипи), які поширюються й на неї.

Саме на основі стереотипів і формуються упередження як узагальнена негативна настанова (відчуття) щодо членів певної соціальної групи.

Щоб усвідомити наявність у себе упередження, не потрібно проводити тести чи брати участь у психологічних експериментах. Досить згадати свої реакції, почуття від випадкових зустрічей, наприклад, із рома або представниками ЛГБТ-спільноти, представниками етносів з Кавказу або вихідцями з Африки. Представниками тих груп, які доволі часто дискримінуються в українському суспільстві. Запитайте себе, що ви відчуваєте, коли вперше зустрічаєтеся з ними. Якщо перша реакція – антипатія чи бажання уникнути цієї зустрічі або якнайскоріше її завершити, значить, ви підживлюєте негативні упередження проти цієї групи.

Елігулашвілі М., Федорович І., Пономарьов С. Організація навчання з питань дискримінації. Практичний посібник. – К., 2015. – С. 42.

Упередження несуть загрозу не лише групам, проти яких вони спрямовані. Часто доволі сильно страждають і самі носії. У суспільстві з усталеною практикою згоди з упередженнями, непротидії їм зростає «загроза потрапляння під стереотипи». Це страх людини ненавмисно підтвердити стереотип, який існує у інших щодо її групи. Результати останніх досліджень підтверджують, що люди з багатьох груп виконують роботу гірше, ніж можуть, коли бояться підтвердити негативні стереотипи щодо своєї групи. Коли негативні стереотипи щодо нашої групи незримо наявні в середовищі, нам часто не вдається виконувати завдання на рівні, що відповідає нашим можливостям.

Елігулашвілі М., Федорович І., Пономарьов С. Організація навчання з питань дискримінації. Практичний посібник. – К., 2015. – С. 43.

Стереотипізація – це спосіб пізнання інших за допомогою мінімальних пізнавальних зусиль, необхідних для вивчення цих людей як самостійних індивідів.

Додаток 1

Режим доступу:
<https://unsplash.com/s/photos/man>



Додаток 2

Завдання для груп:

Опишіть чоловіка, характеризуючи його за такими пунктами:

- характер;
- поведінка;
- сімейний стан;
- освіта;
- шкідливі звички;
- манера спілкування.

Вправа «Зроби крок уперед»

Адаптовано за: «Компас» (eycb.coe.int/compass/ru/)



60 хв.



Мета і завдання:

сформувати розуміння соціальної нерівності як джерела дискримінації та відторгнення; сформувати здатність співпереживати тим, хто від нас відмінний; звернути увагу на нерівність можливостей у суспільстві; сформувати розуміння можливих індивідуальних наслідків належності до певних соціальних меншин чи культурних груп.



Матеріали:

картки з описом ролей, простір (коридор, велике приміщення або майданчик на відкритому повітрі).

Порядок проведення:

Етап 1.

Роздайте учасникам картки з соціальними ролями (Додаток 1). Простежте, щоб вони їх не показували одне одному. Поставте завдання увійти в образ. Для цього порадьте учасникам заплющити очі, спробувати уявити, як виглядає людина з описаної ролі. Також корисно буде пригадати своє дитинство й відповісти на такі запитання:

У якому будинку ви народилися? В які ігри грали в дитинстві? Як проводили час із батьками? Як би ви описали своє нинішнє щоденне життя? Хто ваші друзі? Що ви робите, про що думаєте уранці, в другій половині дня, надвечір? Як проводите вихідні? Де проводите канікули? Що вас хвилює, про що ви турбуєтеся?

Етап 2.

Перед початком вправи наголосіть, що учасники мають дотримуватися повної тиші й уникати будь-яких реплік і коментарів. Попросіть їх стати в одну лінію — як на старті. Тоді почніть зачитувати перелік ситуацій (Додаток 2). Кожного разу, коли хтось із учасників / учасниць може застосувати до себе зачитане висловлювання, — має зробити крок уперед. Після кожної зачитаної ситуації робіть паузу і давайте учасникам можливість подивитися на власне розташування щодо інших. Не допускайте коментарів та розпитувань. Після завершення зачитування попросіть учасників запам'ятати місце, де вони стояли. Дайте їм пів хвилини — хвилину для виходу з ролей.

Етап 3. Обговорення

Поставте учасникам такі запитання:

- Яке враження від участі у вправі загалом?
- Які відчуття виникали під час просування вперед чи стояння на місці?
- У який момент ви помітили, що інші значно відстають?
- Які відчуття виникли, коли ви почали значно відставати?

- Які припущення можете висловити щодо ролей? (На цьому етапі учасники можуть «розкрити» свої ролі, але лише після висловлення припущень).
- Під час обговорення з'ясуйте, на основі якої інформації учасники «входили» в ролі — публікації в пресі, книжки, анекдоти, чутки, стереотипи тощо. Наскільки ця інформація достовірна / сумнівна?
- Чи легко було виконувати свої ролі? Чому?
- Чи відображає вправа реальне становище різних людей у суспільстві?



Особливості обговорення:

На початку вправи, обмірковуючи й уявляючи роль, хтось з учасників, імовірно, скаже, що мало знає про життя людини, яку доведеться зіграти. У такому випадку поясніть, що це не має особливого значення, потрібно скористатися уявою й намагатися виконати роль якнайкраще.

Гра має показати, як зростає, особливо в кінці експерименту, дистанція між учасниками, між тим, хто рухався вперед дуже часто, і тим, хто не рухався взагалі.

Під час опитування й оцінювання дуже важливо дослідити, наскільки учасники розуміли й знали образи тих, кого їм довелося грати. Яке джерело інформації вони використовували: особистий досвід чи інші ресурси (новини, книги, жарти)? Чи впевнені учасники, що інформація та уявлення про осіб, яких вони грали, є достовірною? Так можна осмислити, як діють стереотипи та упередження.

Примітки для тренера:

Якщо вправа виконується надворі, особливо з великою групою, переконайтесь, що кожен з учасників добре вас чує.



Додаток 1

Ролі для учасників:

Ви – манекенниця, ваш батько – чорношкірий, колишній студент із Сомалі

Ви – водій таксі у провінційному місті

Ви – 27-річний безхатько

Ви – студент-першокурсник із багатодітної сім'ї, батьки – будівельники

Ви – 19-річний син селянина з віддаленого від центру області села

Ви – журналіст молодіжного радіо

Ви – 22-річна лесбійка

Ви – донька відомого актора, навчаєтесь у театральному інституті й знімаєтесь у молодіжних серіалах

Ви – колишній народний депутат, голова консалтингової фірми

Ви – сирота, після закінчення школи-інтернату вступили до ПТУ

Ви – безробітна мати-одиначка

Ви – непрацююча мати двох дітей, ваш чоловік на заробітках за кордоном

Ви – донька директора місцевого банку, навчаєтесь в університеті

Ви – син емігранта-китайця, який побудував великий ресторанный бізнес

Ви – дівчина-мусульманка з кримських татар, які переїхали сюди, проживаєте разом з батьками

Ви – власник успішної експортно-імпоротної фірми

Ви – повія середніх років, ВІЛ-інфікована

Ви – пенсіонер, у минулому працівник взуттєвої фабрики

Ви – молодий хлопець з інвалідністю, який пересувається лише у візку

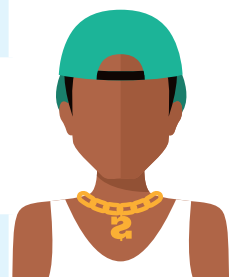
Ви – голова молодіжної політичної організації, яка входить до складу партії, що зараз при владі

Ви – 17-річна ромка, яка навіть не закінчила середню школу й кочує разом із матір'ю

Ви – нелегальний мігрант із Сомалі похилого віку

Ви – безробітний педагог

Ви – подружка молодого артиста, залежного від героїну



Ситуації та події (питання, які ви зачитуєте учасникам):

- Ви ніколи не зазнавали фінансових труднощів.
- У вас пристойне житло з телевізором, окремим телефоном.
- Ваша мова, релігія та культура користуються повагою в суспільстві.
- Люди навколо зважають на ваші соціальні та політичні погляди.
- До вас часто звертаються по пораду щодо різних питань – вас поважають.
- Коли вас зупиняє поліція – ви не боїтеся ускладнень.
- Ви знаєте, до кого звертатися по пораду й допомогу в разі потреби, та не боїтеся відмови.
- Ви ніколи не відчували дискримінації через походження, через те, ким ви є.
- Ваші соціальні та медичні гарантії повністю відповідають вашим потребам.
- Раз на рік ви можете дозволити собі поїхати на відпочинок, у вас на це вистачає коштів.
- Ви можете дозволити собі запрошувати друзів на вечерю раз на тиждень, у вас є чим їх пригостити.
- Ваше життя – цікаве, своє майбутнє ви бачите в позитивному світлі.
- Ви можете дозволити собі роботу чи хобі за власним вибором.
- Ви не відчуваєте ризику зазнати знущань чи переслідувань на вулиці через походження чи через те, ким ви є.
- Ви можете брати участь і берете участь у загальнонаціональних чи місцевих виборах.
- Ви вільно святкуєте релігійні свята з рідними та близькими.
- Ви маєте можливість брати участь у міжнародних програмах, поїздках за кордон.
- Мінімум раз на тиждень ви можете дозволити собі відвідати театр чи кіно – вам це по кишені.
- Вам не доводиться перейматися майбутнім своїх дітей.
- Ви можете дозволити собі купівлю стильного нового одягу як мінімум раз на три місяці.
- Ви можете дозволити собі виявляти закоханість у будь-кого.
- Ви користуєтеся визнанням та повагою в суспільстві, в якому живете.
- Ви можете користуватися перевагами інтернету.



Вправа «Бюро знахідок»

Адаптовано за: Tasks for democracy. 60 activities to learn and assess transversal attitudes, skills and knowledge. 2nd edition. Pestalozzi Series No. 4. 2nd edition. Council of Europe, 2017.



60 хв.



Мета і завдання:

допомогти учасникам проаналізувати власне ставлення та переконання щодо окремих загальнолюдських цінностей, розкрити різні смисли й погляди, пов'язані з такими темами, як культура, ідентичність, толерантність.



Матеріали:

роздруківки Додатку 1 або зображення його на екрані (проєктор, екран), роздруківки Додатку 2 (на кожного учасника), фліпчарт, маркери.

Порядок проведення:

Етап 1.

Об'єднайте учасників у групи (по 4–5 осіб).

Продемонструйте зображення. Попросіть учасників уважно його розглянути й запропонувати питання для обговорення малюнка або важливих тем, на які він наштовхує. Нехай учасники обговорять ці питання в групі, виберуть одне найвлучніше й запишуть його на фліпчарті.

Зазначте схоже й відмінне в питаннях від різних груп.

Етап 2.

Роздайте учасникам Додаток 2. Попросіть їх індивідуально відповісти на запропоновані запитання, а після того обговорити свої відповіді в групах.

Етап 3.

Попросіть учасників утворити нові групи (або допоможіть їм зробити це за допомогою кольорових карток) та обговорити питання з-поміж записаних на дошці й наведених у Додатку 2, які видаються найцікавішими.

Попросіть групи презентувати свої результати перед аудиторією. Проведіть сесію дебрифінгу на підставі обраних групою питань.

Етап 4.

Учасники мають записати три тези, які з'ясували / відкрили для себе під час обміну думками.

Особливості обговорення:

- Обговорення зображення та озвучення відповідей на запитання може спровокувати жваву дискусію. Цікаво, наскільки охоче учасники висловлюватимуть свої думки про зображення; будьте готові до широкого спектру реакцій і почуттів.
- Майте на увазі, що малюнок — це лише «зображення», тож під час його обговорення не слід забувати про контекст.

Примітки для тренера:

Людський світ — це безперервне спілкування і взаємодія. При цьому більшість людей у своєму баченні світу, уявленнях про інших, поведінці, способі життя керуються цінностями й нормами своєї культури. Оцінюючи чужу культуру за звичними стандартами й критеріями власної культури, людина стає на позиції культурного центризму, тобто виходить із переконання, що чужа культура неодмінно гірша. Звісно, така точка зору перешкоджає міжкультурній комунікації, оскільки унеможливляє ефективну взаємодію сторін.

За поняттями культури й культурного розмаїття криється поняття самотності людської спільноти, що передбачає усвідомлення своєї відмінності від інших. Культурне розмаїття виникає в результаті зіставлення всього того, що кожна людська спільнота вважає своєю специфікою, що відрізняє її від інших. Порівнюючи себе з іншою людиною, я можу ідентифікувати себе як українця, татарина, німця чи румуна тощо. Таким чином я ототожнюю себе з культурною спільнотою і підтверджую, що фактично бачу відображення самого себе в її мові, традиціях, цінностях, релігії, колективній спадщині.

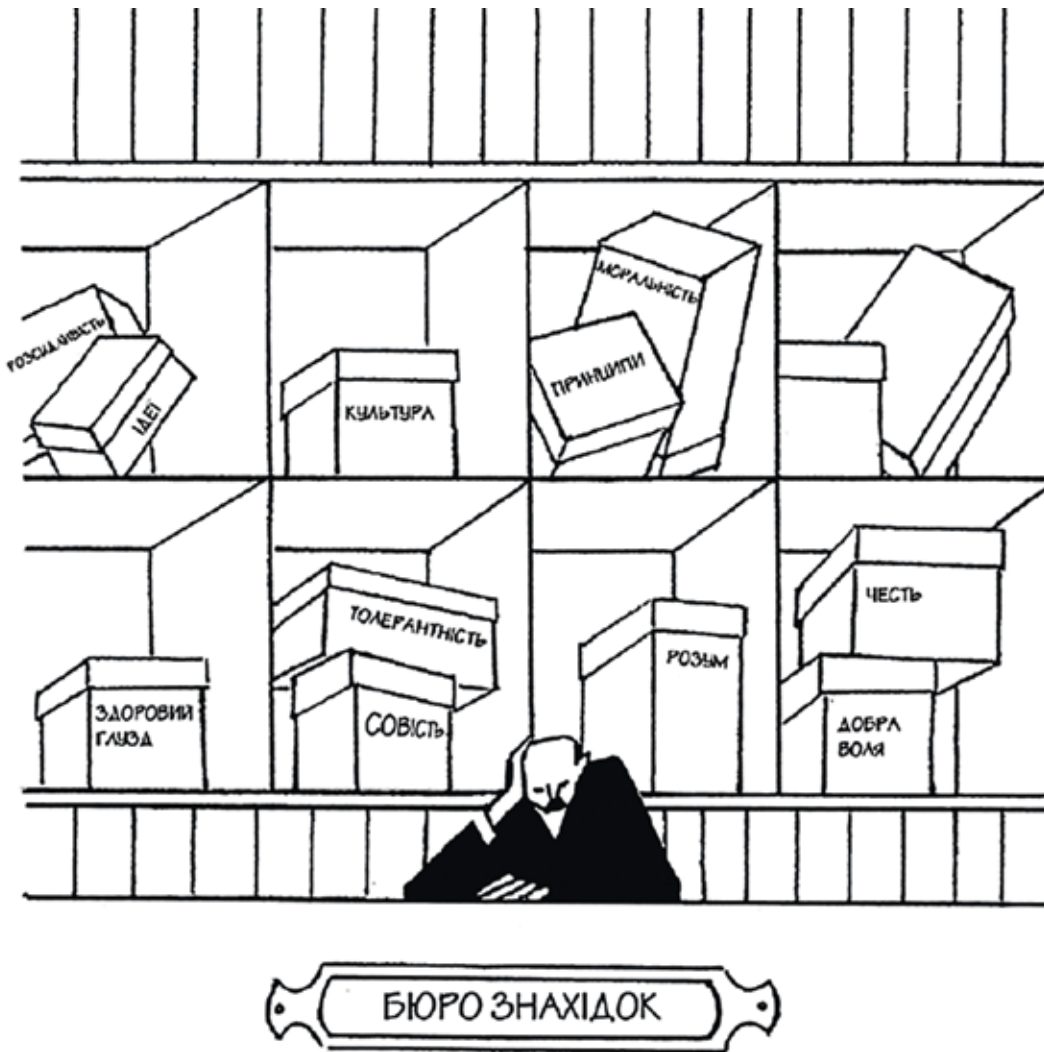
Колективна спадщина різних людських спільнот переплітається. Це переплетення, яке може стати причиною зіткнень, також породило явище культурного розмаїття: я можу визначати себе як темношкірого, білого, жінку, єврея, християнина, буддиста, індуїста, мусульманина, посла, селянина, робітника, прибиральницю, директора компанії. Я впізнаю себе в цілому спектрі людських спільнот, кожна з яких має своє значення. Я визначаю кожну з цих груп як відмінну від інших, оскільки вона відображає власну історію, цінності й підґрунтя. При цьому я усвідомлюю свою належність до кількох груп. У цьому полягає парадокс культури: в надзвичайно різноманітному середовищі необхідно відмежуватися від іншої людини, щоб розпочати спілкування з нею.

Тож логічно, що сучасне суспільство не можна розглядати й аналізувати крізь призму культурної однорідності. Етнічні та культурні компоненти країн постійно змінюються, для інтеграції в неоднорідному суспільстві необхідно розвивати сукупність компетентностей міжкультурного спілкування.

Сьогодні світ, зокрема Європа, являє собою систему цінностей та понять, розмаїття ідей, які, попри відмінності, співіснують у єдиному просторі.

Разом з економічними та соціальними чинниками змінюється й система цінностей та етнічний склад різних регіонів. З огляду на це необхідно виробляти політику, яка забезпечить розмаїття, терпимість і повагу до відмінностей. У цьому контексті важливо зміцнювати демократичні цінності, пов'язані із забезпеченням прав меншин та культурним різноманіттям.

Усі люди повинні мати можливість вільно брати участь у житті суспільства, тому консолідація міжкультурного спілкування важлива на різних рівнях, зокрема на національному та місцевому: так люди з різних культур навчатимуться жити разом і співпрацювати.



Додаток 2

Запитання:

- Які три коробки ви б обрали? Позначте їх кольором.
- Яка коробка була б вашою улюбленою? Виділіть її іншим кольором
- Чому ви їх загубили? Чому ці коробки такі цінні й незамінні для вас?
- Яким був би вміст ваших трьох коробок?
- Яку коробку ви би проігнорували? Чому?
- Деякі коробки стоять поруч. На вашу думку, чи є в тому якийсь сенс? Який між ними зв'язок?
 - Чи є сенс у тому, що деякі коробки стоять окремо?
 - Що могла б сказати людина, яка загубила одну із коробок, працівникові Бюро знахідок? Як би він міг відповісти?
 - З якої причини можна було б загубити коробку?
 - Яку коробку ви б занесли до Бюро знахідок?
 - Чи ці наліпки свідчать про «власність»? Чому так? Чому ні?
 - Як би ви описали ставлення чи поведінку працівника Бюро знахідок?
 - Які події, слова чи історії могли би розміщуватися в коробках «Культура», «Совість», «Здоровий глузд» і «Толерантність»?

Обговоріть свій вибір та відповіді з партнером/-кою. Чим ваш вибір і відповіді були схожі та відрізнялися?

Вправа «Галерея»

Адаптовано за: Hiller G. G., and Woźniak M. (2009), "Developing an intercultural competence program at an international crossborder university in intercultural education", Intercultural Education, Vol. 20, Supp. 1, pp. 113.



60 хв.



Мета і завдання:

поглибити розуміння культурних відмінностей та визначити, яким чином вони впливають на комунікацію та досягнення спільного результату. Удосконалити навички комунікації та співпраці, ухвалення рішень та досягнення згоди. Розвинути «візуальну грамотність», вміння спостерігати й творчо мислити.



Матеріали:

2 комплекти карток (Додаток 2), роздруковані Додатки 1, 2, столи та простір для пересування, 2 окремі приміщення для 1 етапу роботи.

Порядок проведення:

Етап 1.

Об'єднайте учасників у 2 групи. Поясніть, що зараз їм потрібно створити виставку із запропонованих зображень. Нагадайте, що виставки завжди організуються за якимось принципом / підходом, що передбачає конкретні критерії розташування творів мистецтва – за жанром, формою, кольором, авторством тощо.

Роздайте кожній групі набір карток із зображеннями (Додаток 1) і розведіть їх по окремих приміщеннях. Кожна група має за 15 хвилин розмістити зображення в уявному залі відповідно до зазначених у завданні критеріїв.

Групи отримують різні критерії, але знати про це не повинні.

За бажанням до кожної групи можна призначити спостерігача, щоб він фіксував процес роботи.

Етап 2.

Групи зустрічаються і отримують нове завдання.

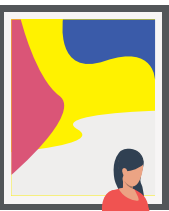
За 15 хвилин їм необхідно розробити спільну експозицію. Гра триває, доки вони не домовляться про організацію експозиції. Якщо групі не вдається узгодити загальний принцип організації виставки, то тренер може перервати рольову гру і подякувати учасникам (для групи з 24 учасників має вистачити 20–30 хвилин рольової гри).

Після цього відбувається представлення результатів.

Етап 3. Обговорення

- Як ви почуваєтеся? Які емоції переживаєте?
- Чи задоволені ви результатом спільної роботи? Чому?
- Що було для вас важливим, цікавим, що вас «зачепило» під час першого етапу гри – сортування зображень в окремих залах?
 - Чи збігалися думки щодо потрактування зображень та їх групування відповідно до завдання? Які були збіги / розбіжності? У чому саме вони полягали? Як ухвалювалися рішення під час цього етапу гри?

- Яку стратегію обрали групи на другому етапі гри – під час формування спільної галереї?
- Як ухвалювалися рішення під час другого етапу гри?
- Що допомагало і що заважало групі діяти ефективно?
- Які компетентності ви застосовували для досягнення результату? Яких навичок / компетентностей бракувало?
- Якби ви мали можливість зіграти ще раз, що зробили б інакше?
- Як ви думаєте, про що ця гра?
- Якщо порівнювати гру з реальним життям, то які ситуації вона нагадує?
- Які висновки можна зробити з цієї вправи?
- Які три найважливіші компетенції ви хотіли б у собі розвинути для ефективнішої участі в подібній діяльності?



Особливості обговорення:

Ця вправа моделює ситуацію конфлікту. Проблема або конфлікт виникають через штучне «зіткнення» різних класифікацій і, відповідно, через різні концепції розташування творів мистецтва.

Окрім того, зіткнення в групі відбуватимуться навколо культурних відмінностей учасників, які впливатимуть на сприйняття інформації із зображень, розуміння та сприйняття цінностей і понять, стратегію поведінки, способи ухвалення рішень тощо.

Важливо не втручатися у процес, спостерігати й фіксувати стратегії поведінки як окремих учасників, так і групи, фрази, коментарі учасників, які дадуть змогу поставити уточнювальні запитання під час дебрифінгу.

Оскільки на першому етапі учасники працюватимуть у двох групах, важливо, щоб у кожній із груп перебував тренер чи його асистент для спостереження та фіксації перебігу гри (обговорення, поведінки учасників тощо).

У процесі обговорення заохочуйте, давайте учасникам змогу більше говорити про набутий під час вправи досвід та висновки.



Примітки для тренера:

У сучасному суспільстві представники різних культур мешкають в одному географічному та соціальному просторі. Низка структур забезпечує та підтримує різні форми співіснування, що можуть сприяти згуртованості у багатокультурному світі. Однією з таких форм є міжкультурне співіснування, мета якого – розбудова мультикультурного суспільства. Ця діяльність спрямована передусім на розвиток культурного діалогу між різними країнами, етнічними групами тощо. Спілкування та взаємодія можуть викликати труднощі самі по собі, а коли обтяжуються культурними, релігійними, соціальними, політичними відмінностями, можуть стати ще складнішими й вимагати особливої уваги.

Щоб різноманіття стало однією з цінностей суспільства, важливо робити акцент на пошуку спільного між людьми. Так формуються позитивні взаємини та сприятлива поведінка щодо людей із інших культур, солідарність. Водночас завдяки повазі до різноманіття формується здатність розпізнавати нерівність, несправедливість, расизм та розвиваються навички боротьби з цими проявами дискримінації.

Тож міжкультурні компетентності стають практичним інструментом, який допомагає адекватно оцінювати й інтерпретувати потреби; вирішувати, як задовольнити ці потреби в конкретній громаді; розуміти, де шукати необхідну підтримку і як змінити ставлення та підхід для прогнозування можливих нестандартних ситуацій. Ці компетентності допомагають у цілому досягнути ту чи

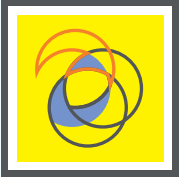
іншу проблему й гідно оцінити риси та можливості «іншого». Без них неможливо «чути» інших, виховувати відкритість, співпереживання, повагу до особистого вибору людини і способів самовираження.

Міжкультурні компетентності допомагають спільно «діагностувати» будь-яку проблему, розпізнавати ситуації навішування ярликів, стигматизації.

Дуже важливо допомогти молоді зрозуміти, як спілкування та співпраця між різними групами сприяють гармонізації спільноти. Найкращий спосіб – розвиток толерантного ставлення, цікавості та інтересу до різноманіття й здатності приймати культуру, цінності та норми, відмінні від власних.

Виховання поваги до різноманітності має на меті:

- сприяти встановленню каналів комунікації та спілкування між різними групами, що проживають в одній спільноті, шляхом розвитку емпатії до інших культур;
- запобігати конфліктам шляхом розвитку навичок спілкування та формування відкритості до співпраці та розв'язання конфліктів із наданням знань про інші культури;
- формувати здатність змінювати поведінку з набуттям досвіду спілкування з представниками різних культур.



Додаток 1

Завдання для груп:

Ми готуємо міжнародну художню виставку, яку організують дві команди. Ваша команда має зустрітися з іншою, щоб вирішити, яким чином розмістити 15 творів мистецтва у трьох призначених для цього виставкових залах.

Виставку слід розмістити так, щоб у кожному залі була представлена **ОДНА** емоція.

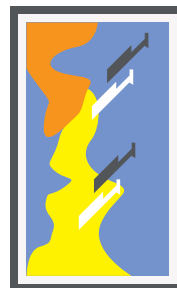
1. Зачарування.
2. Подив.
3. Смуток.

Завдання для груп:

Ми готуємо міжнародну художню виставку, яку організують дві команди. Ваша команда має зустрітися з іншою, щоб вирішити, яким чином розмістити 15 творів мистецтва у трьох призначених для цього виставкових залах.

Виставку слід розмістити так, щоб у кожному залі був представлений **ОДИН** вид поведінки.

1. Насильство.
2. Дискримінація.
3. Різні кути зору й світогляд.



<https://www.picture.lk/hulugallaweerasinghe.3585/photos/BVHf1jJTrcx>



<https://www.picture.lk/hulugallaweerasinghe.3585/photos/WPVqw1dQtFP>

<https://i.pinimg.com/originals/71/8f/3d/718f3dc36ed1abd245371db76d0b0453.jpg?epik=dj0yJnU9enlINWhURG8tZ3U2OGRxWVZjbkozSIZvTHRHW9OVkkmcD0wJm-49cEU0UUZKZ3dWdUFvOE5xN0dINDFIUSZ0PUFBQUFBR0FadG44>



<https://dorig.net.ua/article/samye-slozhnye-perekrestki-i-razvyazki-v-mire#>

| www.laneymckeephoto.com/conceptual#1



www.tagesanzeiger.ch/kultur/kunst/die-kunst-liegt-oft-im-kleinen/story/28309565

| www.pinterest.co.uk/pin/825706912908847154/



www.nationalgeographic.com/photography/photo-of-the-day/2013/9/boat-hull-dam/

| <https://medium.com/an-idea-for-you/10-ideas-for-the-interested-this-week-322e083bf331>



<https://ar.pinterest.com/pin/365284219761864700/>

<https://bebasrokok.wordpress.com/poster-rokok/>



<https://twitter.com/PatitaLaumann/status/1114255794491547650>

<https://kuaibao.qq.com/s/20180813A1QMP300?refer=spider>



www.wikiart.org/uk/vasil-kandinsky/bilyi-oval-1919

www.reddit.com/r/bookporn/comments/g6gv8i/artist_alicia_martins_installation_biografias_in/



<https://virtualshoemuseum.com/fantich-young/apex-predator-shoes/>

| www.pinterest.ch/pin/291256300873841025/



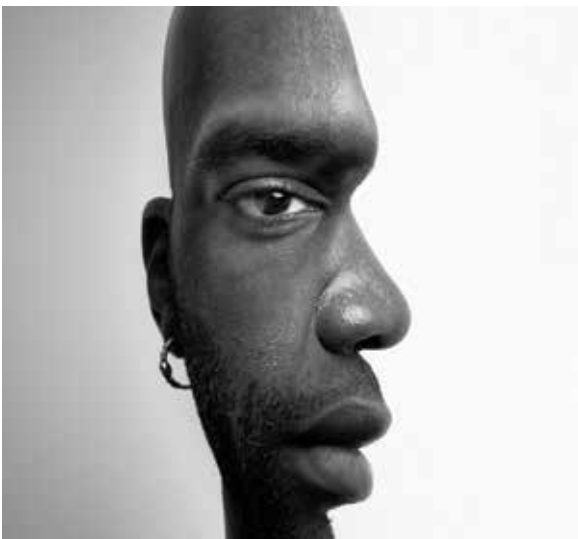
www.wga.hu/frames-e.html?/html/m/master/xunk_it/xunk_it3/judith.html |

| www.delinetciler.net/showthread.php?t=262



<https://dialogal.org/acompanyar-els-infants-a-viure-la-por/> |

| <https://medium.com/@pplomx/por-favor-sal-de-la-agencia-y-comienza-a-observar-3ac88806ce6d>



Вправа «Моя та “інша” пам’ять»



60 хв.



матеріали відсутні



Мета і завдання:

продемонструвати учасникам, як формується індивідуальна та колективна пам’ять; як співвідносяться різні розуміння пам’яті та її проявів на рівні конкретної людини та суспільства; обговорити приклади дій задля досягнення згоди у формуванні колективної пам’яті.

Порядок проведення:

Етап 1.

Обговоріть із учасниками, що таке пам’ять та для чого вона потрібна людині. Сформулюйте вступні запитання та завдання для учасників:

- Що для вас особисто означає пам’ятати?
- Уявіть, що ви переселяєтеся на іншу планету. Що ви взяли б із собою на пам’ять про ваше минуле на Землі (наприклад, про батьківщину, родину, дім)? Складіть список із 10 конкретних речей / предметів.
- Об’єднайтесь у групи й впродовж 10 хвилин ознайомте один одного зі своїми списками та сформулюйте спільний список речей / предметів від групи.
- Представте свій перелік іншим групам (презентація групи – 3 хвилини), поясніть, що і чому взяли із собою.

Етап 2.

Після виконання вправи обговоріть із учасниками такі питання:

- Які емоції / враження у вас виникли під час / після виконання завдання?
- Що ви взяли із собою? Чому саме ці речі? Яке значення ці речі мають для вас?

- Що збіглося і чим відрізняються списки? Чому?
- Що символізують / відображають ці речі?
- Як пройшло обговорення? Чи легко / складно було домовлятися у групі?

Чому?

- Чи були випадки, коли більшість у групі категорично не приймала / відкидала запропоновані речі? Коли категорично не погоджувалася меншість або окремі особи?

- Коли згоди досягти так і не вдалося?
- Чому, на вашу думку, це відбувалося?
- Як ви гадаєте, чи змінилися б списки, якби у вашій групі опинились представники іншого віку, іншої держави, іншої культури? Як би це вплинуло на процес обговорення?

Етап 3.

Підбийте підсумки, обговоривши з учасниками такі питання:

- Чи можна «привласнити» пам’ять?
- Яким чином можна досягти згоди у формуванні колективної пам’яті?
- Як ви гадаєте, чи дають обрані вами речі повне уявлення про колективну пам’ять українського народу? Чому?

Особливості обговорення:

Під час обговорення символічного значення речей бажано «вивести» учасників на зв'язок цих предметів із системою наших цінностей — родиною, вірою, культурою тощо.

Під час обговорення домовленостей у групі щодо окремих речей наголосіть, що це простий приклад конфлікту видів пам'яті — індивідуальної і колективної.

Примітки для тренера:

Найчастіше поняття «історична пам'ять» вживають на позначення всього комплексу уявлень соціуму / нації про своє минуле. Наукові студії у сфері історичної пам'яті у сучасному розумінні розвиваються вже близько століття. Одним із засновників цієї галузі вважають французького соціолога Моріса Хальбвакса, який принципово протиставляв пам'ять та історію. У 1920-х роках він першим заговорив про «колективну» пам'ять, тобто пам'ять не окремої особи, а групи, колективу. Щоб зрозуміти історію, писав М. Хальбвакс, людині потрібно вийти за межі власного досвіду й приєднатися до колективного. Таким чином кожен зможе зрозуміти, чому та чи та історична подія стала знаковою для певної групи (наприклад, нації) або чому для нації зараз важливі ті чи ті цінності й ідеї. На розрізненні «історії» як об'єктивного плину подій і «пам'яті» як поєднання колективних уявлень про історію, яке запропонував М. Хальбвакс, базувався увесь подальший розвиток студій пам'яті.

Бабин Яр: пам'ять на тлі історії. Путівник для вчителя: збірник навчально-методичних розробок шкільних занять на основі віртуальної виставки та документального фільму / Ред.-упор. В. Бобров. — К.: Український центр вивчення історії Голокосту, 2017. — С. 28–29.

Минуле в національній пам'яті індивіда завжди існує в межах його власного досвіду. Зрозуміло, що носій національної ідентичності безпосередньо не брав участі у подіях такого свого минулого, але він уявляє причетність до нього. Тому він вважає сприйняте минуле нації своїм минулим, своє власне життя, свою біографію — черговою ланкою, що продовжує історичний ланцюг нації із минулого через сьогодні в майбутнє. Отже, феномен моєї історії розуміється через об'єктивну відокремленість від чужих національних історій та через індивідуальну злитість зі своєю.

Сучасна дослідниця Алейда Ассман окреслює три виміри пам'яті — біологічний, соціальний і культурний. Про біологічний рівень добре знає кожен із нас: наші спогади суб'єктивні, неповні та змінюються з плином часу. Наша індивідуальна пам'ять не є відокремленою, вона щоразу взаємодіє із соціумом та культурним полем. Отже, соціальною пам'ять стає, коли індивідуальні спогади змішуються зі спогадами інших, збагачуючись та отримуючи нову перспективу завдяки досвіду іншого. Культурний вимір — це матеріальне втілення пам'яті у вигляді текстів, візуальних образів, а також символічні практики у вигляді свят і ритуалів.

Бабин Яр: пам'ять на тлі історії. Путівник для вчителя: збірник навчально-методичних розробок шкільних занять на основі віртуальної виставки та документального фільму / Ред.-упор. В. Бобров. — К.: Український центр вивчення історії Голокосту, 2017. — С. 28–29.

Важливо розуміти: в окремих роз'єднаних історіях криється роз'єднана пам'ять, що призводить до однозначності, агресивності й нетолерантності сьогодні й ще небезпечнішої нетерпимості в найближчому майбутньому. Можливий вихід — у визнанні історії, у примиренні, у відповідальному порівнянні.



Вправа «Як побачити “місця пам’яті”»



60 хв.



матеріали
відсутні



Мета і завдання:

навчити розпізнавати «пам’ятні місця»; сформувати розуміння важливості та необхідності збереження цих місць; розглянути проблему збереження історичної спадщини з різних сторін; сформувати виважене та обґрунтоване бачення того, яким чином окрема людина, громада та держава можуть впливати на формування культури суспільства за допомогою «місць пам’яті»; аргументовано пояснити взаємозалежність минулого та збереження пам’яті про нього із сьогоденням та майбутнім.

Порядок проведення:

Етап 1.

Запитайте учасників, що таке, на їхню думку, «місця пам’яті». Для чого вони потрібні? Продемонструйте їм фоторяд (Додаток 1). Попросіть їх вибрати ті фотографії, які, на їхню думку, є місцями пам’яті. Попросіть їх пояснити, чому вони так вважають, та зробити припущення, пам’ять про які саме події збережено у місцях на фото.

Етап 2.

Запропонуйте учасникам ознайомитися з інформацією про вказані на фото місця за посиланнями у QR-кодах.

Запитайте, чи збіглися їхні припущення з отриманими результатами. Чому? Які емоції / враження виникли у них під час роботи?

Етап 3.

Поясніть наукове визначення терміну «місця пам’яті» (див. Примітки для тренера). Запитайте учасників, що, на їхню думку, необхідно для того, аби люди розуміли, що вони перебувають на «місці пам’яті». Хто має «позначати» пам’ятні місця?

Додаткове завдання:

Подумайте та запишіть приклади місць пам’яті у вашій громаді / місті / регіоні. Розподіліть їх на три групи: особиста ініціатива людей, ініціатива певної групи, державна ініціатива.

Етап 4. Обговорення

Запитайте в учасників, що може зробити суспільство для збереження пам’яті. Що, на їхню думку, може зробити для цього кожен із нас.

Етап 5.

Об’єднайте учасників у 4 групи.

Запропонуйте їм скласти маршрут «місцями пам'яті» для зазначених у завданні цільових груп. Попросіть їх подумати, що саме вони показали б у своїй громаді / місті й чому.

Завдання для груп:

Група 1. До вас завітають представники молодіжних центрів із Польщі.

Група 2. До вас завітає група туристів-пенсіонерів із Німеччини.

Група 3. До вас завітає група представників від сусідньої громади / з сусіднього міста в рамках цільової поїздки з метою більше дізнатися про найближчих «сусідів».

Група 4. До вас приїдуть родичі з Канади, які вже понад 20 років не були в Україні.

Групи представляють результати роботи. Пояснюють, що саме і чому вони вибрали для демонстрації гостям.

Запитайте учасників, що саме впливало на вибір об'єктів.

Від чого вони відштовхувалися, коли думали про інтерес цільової групи?

Яких об'єктів у списку більше – індивідуальної, колективної, національної пам'яті?

Чому?

Чи було враховано багатокультурний підхід?

Яку саме думку, враження прагнули сформувані у гостей? Чи намагалися врахувати індивідуальну, колективну або національну пам'ять самих гостей?

Що було пріоритетним у виборі об'єктів?

Примітки для тренера:

Термін «місце пам'яті» вперше вжив у своїй роботі французький дослідник П'єр Нора. Таку назву (фр. *Lieux de Memoire*) мала багатотомна (три частини, сім томів, близько 5600 сторінок) колективна праця, що виходила друком у Франції упродовж 1984–1992 років і містила теоретичні зауваги П'єра Нора. Над виданням працювали близько 120 вчених, переважно історики. У трьох частинах під назвами «Республіка», «Нація» і «Франція» було опубліковано статті про пам'ятники, архітектурні споруди, музеї та галереї, святкування та національну символіку тощо. Модернізація ХХ століття прискорювала і змінювала плин життя, тож проєкт був спрямований на укладання переліку всього, що французам слід пам'ятати про своє минуле. Отже, місце пам'яті транслює певний образ події тоді, коли живої пам'яті про неї вже немає.

Бабин Яр: пам'ять на тлі історії. Путівник для вчителя: збірник навчально-методичних розробок шкільних занять на основі віртуальної виставки та документального фільму / Ред.-упор. В. Бобров. — К.: Український центр вивчення історії Голокосту, 2017. — С. 29.

Ми маємо плекати цікавість до місць пам'яті. П'єр Нора вважав, що саме в цих місцях пам'ять кристалізується та знаходить прихисток. Саме тут відбувається усвідомлення відірваності від минулого та водночас формується відчуття безперервності пам'яті. Важливим у створенні місця пам'яті є намір пам'ятати (або забути). Хто може обирати, яким чином і що пам'ятатиме суспільство?

Пам'ять здійснюється через паради, церемонії, святкування різноманітних річниць, спорудження, освячення й відкриття пам'ятників культурним та історичним діячам, полеглим героям, а також меморіалів на честь історичних подій тощо.

Лейпциг, Німеччина



17 червня 1953 року на знак протесту проти режиму на вулиці Берліна вийшли сорок тисяч осіб; тисячі людей – в інших містах Німецької Демократичної Республіки, зокрема в Лейпцигу. Крім Збройних сил НДР, у розгоні демонстрантів взяли участь і радянські війська, на вулиці вивели танки. Відбулося значне кровопролиття, але війська відступили.

Відбиток танкової гусені на бруківці слугує нагадуванням про ці події.

Будапешт, Угорщина



Меморіал створений у пам'ять про євреїв, яких розстрілювали на березі Дунаю. Людей змушували знімати взуття на самому краю набережної, тіла розстріляних падали в Дунай і пливли за течією. Меморіал розташований поруч із Угорської академією наук на південь від будівлі Парламенту Угорщини. Меморіал включає 60 металевих пар взуття, прикріплених до каменя, і меморіальну табличку з текстом «Пам'яті жертв, розстріляних на Дунаї нацистами в 1944–45 роках». Пам'ятник було відкрито 16 квітня 2005 року.

Івано-Франківськ, Україна



У рамках програми «Пам'ятне дерево» кожен мешканець міг залишити згадку про себе, посадивши дерево у міському парку. Для цього потрібно було узгодити з міською владою місце посадки, породу дерева, дату посадки та подію, до якої буде приурочено висадку дерева.

Київ, Україна



Національний історико-меморіальний заповідник «Биківнянські могили» – найбільше в Україні місце поховання жертв масових політичних репресій 1937–1941 років. Розташований у Дніпровському районі міста Києва, на його північно-східній околиці, за 1,5 км від колишнього селища Биківня поблизу автостради Київ – Бровари. Територія заповідника становить майже 239 га та є найбільшим в Україні місцем поховання жертв сталінських репресій.



Сирець, Київ, Україна

Місце розташування Сирецького концентраційного табору, створеного німецькою окупаційною владою в період Другої світової війни у червні 1942 року. Був призначений для ув'язнених за рішенням Гестапо. За німецькими джерелами, з липня 1942 року до весни 1943 року табір функціонував як зовнішня команда (відділення) концтабору Заксенхаузен. Кількість жертв у таборі — понад 30 тис. осіб.



Куренівка, Київ, Україна

Місце Куренівської трагедії.

13 березня 1961 року дамба, яка перекривала Бабин Яр, не витримала навантаження, і 14-метрова хвиля пульпи зі швидкістю 5 м/с ринула на Куренівку, зносячи будівлі, людей, транспорт, трупи і залишки труп із довколишніх кладовищ. На території площею близько 30 га було знищено все живе. Тіла загиблих знаходили впродовж місяця. За офіційними даними, Куренівська трагедія обірвала життя 147 людей, за неофіційними — 1,5-2 тисяч.



Тракай, Литва

Тракайський замок — найбільший зі збережених у Литві старовинних замків, розташований у стародавній резиденції литовських князів — місті Тракай. У замку з 1962 року функціонує музей історії Тракая. Будівництво кам'яного замку розпочав у XIV столітті Кейстут, приблизно 1409 р., за його сина Вітовта Великого, основні роботи були завершені. Вітовт помер у замку в 1430 році. Тракай був одним із головних центрів Великого князівства Литовського і відіграв важливу стратегічну роль.



Луїсвілл, штат Кентуккі, США

Пам'ятник знак на честь започаткування принципів доброчесності в рекламі.

На табличці вміщено такий текст: «У 1909 році на цьому місці, у Голт Хаус, на свій п'ятий щорічний з'їзд зібралися Об'єднані клуби рекламодавців Америки. Під керівництвом Семюеля Доббса з'їзд ужив спільних дій для оскарження неправдивої реклами. На цій зустрічі було запропоновано концепцію Бюро з покращення бізнес-практики. У 1918 року свій статут отримало Луїсвільське бюро, третє в країні».



Нормандія, Франція.

Місце висадки військ союзників під час Другої світової війни.

6 червня 1944 року британські, американські та канадські збройні сили висадилися на узбережжі Нормандії. Ця висадка була першою частиною стратегічної операції «Оверлорд», що передбачала захоплення союзниками північно-західної Франції. До кінця того дня в Нормандії, попри погану погоду і запеклий опір німецьких військ, висадилися 156 тисяч солдатів і офіцерів. Це була найбільша у світовій історії морська десантна операція.

Вправа «Вечірка»



1 год.
20 хв.



Мета і завдання:

сформувати розуміння важливості вивчення потреб цільової групи та залучення усіх зацікавлених сторін до ухвалення рішень; сприяти досягненню й застосуванню різних рівнів та принципів участі задля соціальної згуртованості; спонукати учасників осмислити власну практику участі та ухвалення рішень, виділити аспекти, що потребують удосконалення.



Матеріали:

роздруківки Додатків 1, 2, 3 (за кількістю груп / учасників), 2 столи, 2 приміщення, папір А4, фліпчарт, маркери.

Порядок проведення:

Етап 1.

Повідомте учасникам, що в подальшій грі кожен із них виконуватиме певну роль. Попросіть їх фіксувати / запам'ятовувати емоції, відчуття, які виникатимуть у процесі гри.

Зачитайте фабулу:

«Усі ви – жителі містечка Горішні Заброди, яке збирається святкувати значний ювілей – 700-річчя з дня заснування міста. На урочистості запрошено багатьох поважних гостей – земляків, почесних гостей міста, представників самоврядування, активних громадян, підприємців і, звісно, активну молодь. Міський голова прагне, щоб ця подія всім запам'яталася. Окрім офіційних урочистих вітальних заходів, розважальної програми, для всіх гостей заплановано вечірку. Голова призначив **Підготовчий комітет** для підготовки вечірки, який має надати меню для заходу. Для забезпечення ефективнішої роботи було скликано **Експертну раду**, яка має досвід організації подібних заходів і може надати експертну підтримку. Також до процесу хочуть долучитися активні представники **громади міста**, щоб допомогти організувати захід на високому рівні».

Повідомте учасникам, що після об'єднання в групи вони мають скласти єдине меню за вказаними в інструкції позиціями. Час на складання меню – 20 хвилин.

Об'єднайте учасників у три групи: **Підготовчий комітет**, **Експертна рада**, **Громада міста**; роздайте всім інструкції й зазначте, що в них є відповіді на всі запитання. Крім інструкції, жодних інших пояснень ви надати не можете.

Дві групи – **Підготовчий комітет** та **Експертна рада** – залишаються в одній кімнаті і займають свої місця біля підготовлених столів, що стоять на відстані 8–10 м. Група «**Громада міста**» переходить до іншої кімнати.

Наголосіть, що за 20 хвилин **Підготовчий комітет** має представити підготовлене за інструкцією меню для вечірки.



Після того, як **Громада міста** залишить аудиторію, повідомте ще одну «умову» для **Підготовчого комітету та Експертної ради**.

«Ваші керівники напередодні посварилися й не спілкуються одне з одним. Така заборона поширюється й на ваші структури. Ви не можете спілкуватися вголос узагалі. Це суворо заборонено. Але з огляду на необхідність комунікації дозволено взаємодіяти за допомогою «факсів» — аркушів формату А4, на яких можна записувати запитання й відповіді. Занотувавши запитання, ви перекидаєте зібганий аркуш із ним на стіл іншій групі. Якщо група його впіймала — факс вважається прийнятим, якщо зібганий аркуш впав на підлогу — факс вважається втраченим, піднімати його заборонено.

Щойно починається відлік часу, тренер уважно стежить за дотриманням правил та фіксує для себе дії, реакції, коментарі учасників; ця інформація надасться в процесі обговорення вправи. Періодично слід нагадувати, скільки часу лишилося до завершення вправи.

Етап 2. Презентація і обговорення меню

Спочатку своє меню презентує **Підготовчий комітет**.

Запитання:

- Чи задоволені ви своїм результатом?
- Чи задоволені ви меню?
- Які емоції зараз переживаєте / який маєте настрій?
- Як ви склали меню? Що впливало? Що намагалися врахувати?
- Як ви ухвалювали рішення? На чії думки / пропозиції спиралися?
- Чи були враховані думки всіх членів групи?
- Чи співпрацювали з іншими групами? Чи задоволені ви результатами співпраці? Чи враховували думки інших груп під час ухвалення рішення?

Потім слово надається представникам **Експертної ради**. Вони відповідають на такі запитання:

- Чи задоволені ви меню?
- Які емоції зараз переживаєте / який маєте настрій?
- Чи були враховані ваші рекомендації?
- Як ви ухвалювали рішення в групі? На чії думки / пропозиції спиралися?
- Чи співпрацювали з іншими групами? Чи задоволені ви результатами співпраці?

Далі слово надається представникам **Громади міста**:

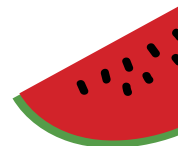
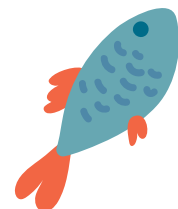
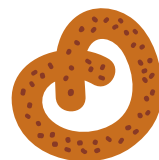
- Чи подобається вам меню / чи задоволені ви результатом?
- Які емоції зараз переживаєте / який маєте настрій?
- Розкажіть іншим групам про перебіг робочого процесу у вашій кімнаті.
- Чи були враховані ваші рекомендації?
- Як ви ухвалювали рішення в групі? На чії думки / пропозиції спиралися?
- Чи співпрацювали з іншими групами? Чи задоволені ви результатами співпраці? Чому?

Етап 3. Загальний дебрифінг

Теперучасники мають вийти зі своїх ролей і оцінити те, що відбувалося, відсторонено, як спостерігачі.

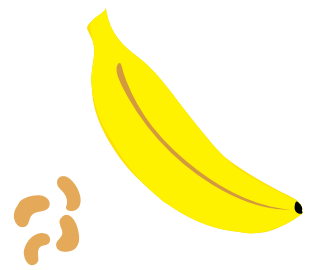
Модеруйте процес, пропонуючи такі запитання:

- Про що, на вашу думку, ця гра?
- Які теми, проблеми, прогалини вона розкриває?
- Що ви зробили б інакше, якби була можливість переграти?
- Чи бачите ви паралелі між цією грою та реальним життям? Які саме?
- Що символізують створені штучні перепони? Чи зустрічаються вони в реальному житті? У якому вигляді?
- Які висновки ви зробили для себе після цієї вправи?





Додаток 1



Вечірка. Підготовчий комітет

Час підготовки: 20 хвилин, після чого група здає виконану роботу.

Інструкція:

Ваше містечко Горішні Заброди збирається святкувати значний ювілей – 700-річчя з дня заснування міста. Окрім офіційних урочистих вітальних заходів, розважальної програми, для поважних гостей – земляків, почесних гостей міста, представників самоврядування, активних громадян, підприємців і, звісно, молоді – заплановано вечірку. Голова міста призначив Підготовчий комітет для підготовки вечірки, до склад якого ви і входите. У вас складне завдання: на свято збираються вегетаріанці, гурмани, і ви дуже хочете показати себе з найкращого боку, щоб усі запам'ятали бенкет надовго.

Окрім того, тутешній кухар любить оригінальні й вишукані страви та відмовився готувати «банальності», зокрема традиційні страви на кшталт грецького салату, шашлику, піци тощо.

Ваше завдання – скласти єдине меню для вечірки, що міститиме:

- аперитив;
- закуску;
- першу страву;
- основну страву;
- салат;
- десерт;
- фрукти;
- напої.

У плануванні беруть участь три групи:

1. Підготовчий комітет;
2. Консультативна рада;
3. Громада міста.

Ви складаєте меню, сидячи за столом. Можете враховувати зауваження / поради від консультативної ради, надіслані факсом (аркуші, що лежать на столі). З представниками громади можна домовлятися лише за допомогою кур'єра, але це не обов'язково.

Додаток 2

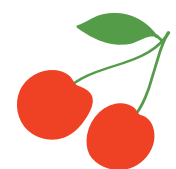
Вечірка. Консультативна рада

Час підготовки: 20 хвилин, після чого група здає виконану роботу.

Інструкція:

Ваше містечко Горішні Заброди збирається святкувати значний ювілей – 700-річчя з дня заснування міста. Окрім офіційних урочистих вітальних заходів, розважальної програми, для поважних гостей – земляків, почесних гостей міста, представників самоврядування, активних громадян, підприємців і, звісно, молоді – заплановано вечірку.

Ви є членами консультативної ради – спеціальної комісії, яка тривалий час бере участь у підготовці різних заходів у місті. Ви пишаєтесь своїм професіоналізмом, ваші рекомендації покладено в основу численних матеріалів з організації подібних заходів. На ваш погляд, міський голова даремно відводять зовелику роль громадянам, які не порадять нічого професійного. Кваліфікованим вибором меню ви хочете, окрім іншого, довести власну незамінність.



Ваше завдання – скласти єдине меню для вечірки, що міститиме:

- аперитив;
- закуски;
- першу страву;
- основну страву;
- салат;
- десерт;
- фрукти;
- напої.

У плануванні беруть участь три групи:

1. Підготовчий комітет;
2. Консультативна рада;
3. Громада міста.

У жодному разі не спілкуйтеся з представниками громади – вони не є фахівцями.



Додаток 3

Вечірка. Громада міста

Час підготовки: 20 хвилин, після чого група здає виконану роботу.

Інструкція

Ваше містечко Горішні Заброди збирається святкувати значний ювілей – 700-річчя з дня заснування міста. Окрім офіційних урочистих вітальних заходів, розважальної програми, для поважних гостей – земляків, почесних гостей міста, представників самоврядування, активних громадян, підприємців і, звісно, молоді – заплановано вечірку.

Ви є гостями і будете пригощатися під час вечірки, але до вас дійшла інформація, що в бюджеті дуже мало коштів. Ви хочете скласти меню, а крім того, подбати про бюджет міста (не варто марнувати гроші).

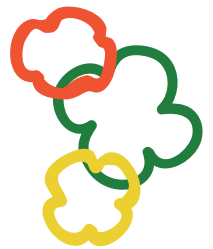
Ваше завдання – скласти єдине меню для вечірки, що міститиме:

- аперитив;
- закуски;
- першу страву;
- основну страву;
- салат;
- десерт;
- фрукти;
- напої.

У плануванні беруть участь три групи:

1. Підготовчий комітет;
2. Консультативна рада;
3. Громада міста.

Ви перебуваєте за зачиненими дверима. З Підготовчим комітетом можна спілкуватися лише за допомогою кур'єра з письмовим повідомленням, якого до вас можуть надіслати. З Консультативною радою ви взагалі не контактуєте – експерти зверхньо не бажають спілкуватися.



Ресурс «Ефективна комунікація»



Вступ

Важко знайти людину, а тим більше групу людей, які тішилися б конфліктам, якнайактивніше їх провокували чи долучалися до них. Справді, конфлікти, комунікація яка їх супроводжує, можуть бути небажаними, демотивувати й руйнувати стосунки. Пересічна людина у щоденному житті неодмінно намагатиметься якомога швидше перегорнути цю сторінку, проігнорувати те, що відбувається, сподіваючись, що «якось само вирішиться». Конфлікт – подія, якої ми часто прагнемо уникнути. Водночас уся історія людства як виду свідчить, що саме конфлікти ставали благодатними рушіями розвитку. Адже що більше людей беруть участь у житті тієї чи іншої спільноти, що більше представників різних груп та ідентичностей не просто мешкають поруч, а намагаються співіснувати, що більше з'являться точок зору, які впливають на теми обговорення, то сильніше зростає напруга, складність, конфліктність дискусії. Утім, завдяки цьому якіснішим буде ухвалене в результаті рішення. Звісно за умови, що сторони зможуть подолати певні упередження і неготовність визнавати рівноцінність інтересів одне одного. Вправи, наведені в цьому модулі, не є чарівною паличкою чи панацеєю, але точно допоможуть у подоланні розбіжностей і пошуку спільного рішення, стануть інструментом пізнання себе та інших.

Розробляючи цей модуль, автори виходили з того, що ефективна комунікація під час розв'язання конфліктів – колосальний ресурс соціального згуртування. Адже долаючи складні, напружені ситуації, ми можемо:

- Зрозуміти себе. Чи не вперше саме завдяки конфліктній ситуації посправжньому замислитися: чого я насправді хочу? А усвідомивши, що самостійно працювати тут і зараз складно, бо переповнюють почуття, – звернутися по допомогу. Адже гострі емоції якраз і свідчать, що для нас це важливо. І, можливо, друг / подруга, знайома чи незнайома людина допоможуть розібратися. Почніть із простого опису ситуації, вислухайте запитання й спробуйте знайти найчеснішу відповідь для себе.

- Зрозуміти бачення та інтереси іншої людини чи групи. У країнах Сходу є така приказка: пройти шлях у взутті іншого. Це не означає стати ним / нею, забути про свої інтереси й потреби, але це означає спробувати усвідомити, в чому суть позиції людини в тій чи іншій ситуації. Імовірно, відповіді здивують вас не менше, ніж інсайти з першого пункту. І тут часто не потрібні консиліуми та / або миротворці. Досить буде, замість додумувати, припускати і збирати інформацію нишком, просто запитати: «Чого ти насправді хочеш?» Найкраще це, звісно, спрацює на початкових стадіях конфлікту, поки емоції ще дозволяють почути одне одного. Докласти зусиль і зрозуміти, що має на увазі ваш опонент, – корисно не лише для розв'язання конфлікту, але й для саморозвитку. Не бійтеся ставити запитання, адже завдяки ним пройдете цей шлях якнайефективніше.

- Виявити й побачити проблему. Найчастіше ми взагалі не замислюємося про приховані негаразди, поки ситуація не «вибухне». Потім сидітимемо на «кухні», на самоті чи з друзями, дуже тихо чи навпаки голосно дивуючись: а як так сталося,

що і де пішло не так? Вчасно виявлений та розв'язаний конфлікт «розкриває нариви» й дає змогу уникнути придушення емоцій, замовчування проблем, психологічних і міжособистісних труднощів і зривів; допомагає розібратися з ситуацією, коли в учасників є особисті ресурси для її опрацювання.

- Знайти несподіване й ефективне інноваційне рішення. У бізнес-середовищі побуває популярна байка про появу квадратних кавунів. Одного разу, зібравши співробітників різних рівнів (від генерального директора до вантажників) на нараду щодо варіантів виходу з кризи, організатори побачили, що гострота дискусії сягнула небаченого рівня. Але емоційний виступ одного учасника, який, не добираючи слів, описав проблеми завантажування й транспортування стандартних кавунів, підштовхнув компанію до якісно нового рішення. А саме: вирощування фруктів, овочів, ягід у зручній (і певною мірою символічній) формі. Безумовно, квадратний кавун чи груша у вигляді Будди залишаються радше екзотикою, ніж масовим продуктом. Але компанії такий підхід допоміг не просто вижити, а й вийти на новий шлях розвитку. Адже коли сторони налаштовані розв'язати конфлікт і готові до діалогу, часом постають варіанти рішень, про які ніхто раніше не замислювався.

У рамках цього модуля тренер допомагає учасникам розібратися з природою напруженості, конфлікту, а також можливими інструментами розв'язання таких ситуацій замість їх уникання. Власне, причиною будь-якого конфлікту є суперечність, розбіжності. Але не кожна суперечка стає конфліктом. Розбіжності можуть бути набагато глибшими за конфлікт. Соціальні суперечності обумовлюють розвиток соціального середовища. Розбіжності наявні в усіх сферах відносин, але практично ніколи не перетворюються на конфлікт. Щоб так сталося, учасники, яких ці розбіжності зачіпають, повинні розуміти, що через антагонізм не можуть досягти своїх цілей. Таке спільне для всіх сторін розуміння дає ресурс для розв'язання конфлікту, віднайдення справедливого та ефективного рішення.

Вправи модуля допоможуть і в опануванні інших ресурсів. Так, наприклад, інструмент «Драбина упереджень» прекрасно доповнить блок щодо маніпуляцій і фейків у модулі, присвяченому ресурсу «Медіаграмотність». А підходи до розв'язання конфліктів і модель «Айсберг» послужать основою для якісних кампаній, що розробляються в модулі «Участь і вплив молоді». Знання, отримані під час вивчення ресурсу «Соціальна згуртованість і багатоманіття», можна практично апробувати у грі в карти. Комбінуйте, доповнюйте й посилюйте програму обміну своїми знаннями, знаннями і запитаннями учасників. Цей та інші модулі не вимагають правильних відповідей — вони є майданчиком для озвучування правильних запитань.

Допоможіть учасникам усвідомити, що конфлікт — лакмусовий папірець, який вказує на нецілісність системи, незрілість і несинхронізованість її елементів, її неготовність до змін та вразливість перед ними. Водночас вся ця напруга — потужна енергія, яку можна скерувати в позитивне річище. Адже розв'язати конфлікт — не означає перемогти чи поступитися. Це означає усвідомити протистояння, досягнути глибинну основу емоційних проявів, прийняти право на людей іншу позицію, іншу картину світу, розширюючи тим самим власну. Саме це стає тим магічним «соціальним клеєм», який скріплює нас із іншими.



Вправа «Мандрівка»



30 хв.



Мета і завдання:

продемонструвати різні підходи до роботи з конфліктними чи проблемними ситуаціями, обговорити принципи та умови інтервенції у конфлікт, дізнатися про комунікативні навички й техніки, необхідні для забезпечення порозуміння та можливої взаємодії між сторонами конфлікту.



Матеріали:

фліпчарт, маркери, стілець без підлокітників.

Порядок проведення:

Етап 1.

Поставте посеред залу стілець і опишіть ситуацію. Учасники тренінгу візьмуть участь у симуляційній грі на тему мандрівки Україною. Передбачається, що це буде поїздка автобусом тривалістю 8–10 годин. Попросіть їх уявити, згадати досвід таких переміщень (можете згадувати якість доріг, старі автобуси, щоб сформувати враження не дуже комфортної мандрівки). Опишіть ситуацію: ви запізнюєтеся, в останню хвилину, тримаючи в руках квиток, заскакуєте до автобусу, до відправлення пара хвилин, тож можна заспокоїтися й трохи розслабитися. Автобус уже заповнений, пасажери очікують на відправлення, і ви, підходячи до свого місця, розумієте, що сюди ж прямує інша людина, яка має квиток на те саме місце. Вільних місць чи можливості доставити додаткове сидіння немає.

Етап 2.

Оберіть з учасників двох людей і запропонуйте їм вирішити цю ситуацію. Протягом вправи симуляцію мають виконати 4–6 пар – це дасть змогу напрацювати різні підходи й стратегії, продемонструвати різні дії та реакції, що допоможе під час підсумкового аналізу. Обираючи пари, намагайтеся створити умови для програвання різних можливих ситуацій, наприклад, поєднуйте учасників:

- різного віку чи з різних спільнот;
- близько знайомих чи малознайомих між собою;
- різної статі тощо.

Важливо стежити, щоб учасники не надто захопилися й не перейшли до фізичної взаємодії або надмірного психологічного тиску, бодай і в ігровій формі, бо це значно ускладнить подальшу роботу. Завдання тренера – спостерігати й фіксувати особливості стратегій, дій чи реакцій учасників на той чи інший варіант розв'язання проблеми. Також не допускайте надмірного залучення інших учасників як консультантів – головним критерієм розв'язання конфлікту є досягнення згоди саме обраною для участі парою. Після програвання ситуації обов'язково запитуйте учасників про їхні відчуття, цікавтеся, чому вони погодилися чи запропонували саме такий варіант. Перед початком обговорення вправи поцікавтесь у групи, чи є альтернативний варіант, який не було продемонстровано, але який міг би спрацювати. Якщо альтернативи існують – залучіть до їх симуляції тих, хто не працював у парах.

Етап 3.

Після програвання симуляції запитайте в учасників, які пари продемонстрували конфлікт, а які змогли його уникнути. Найчастіше учасники визначають певні сценки як конфліктні, а інші – як безконфліктні. Тренер у відповідь наводить визначення конфлікту: це зіткнення протилежних думок, поглядів, інтересів, прагнень, дій, планів у свідомості й поведінці окремої людини, різних індивідів або груп людей. Сприйняття несумісності інтересів. Тож він був наявний в усіх випадках. Тільки в деяких ситуаціях сторони дещо загострили його, а в деяких використали для розв'язання проблеми м'якші форми взаємодії.

Етап 4.

На основі продемонстрованих сценок тренер пояснює три основні підходи до розв'язання конфліктів (сила / влада, право / норма, інтерес), детально висвітлюючи їх особливості, плюси та мінуси й наводячи приклади з числа обіграних учасниками ситуацій.

Додаток 1

Поняття конфлікту. Підходи до роботи з ним

Конфлікт – це зіткнення протилежних думок, поглядів, інтересів, прагнень, дій, планів у свідомості й поведінці окремої людини, різних індивідів або груп людей. Сприйняття несумісності інтересів.

Розпочинаючи переговори, усі ми, свідомо чи підсвідомо, щоразу обираємо стратегію поведінки. Три основні підходи до роботи з конфліктом:

- підхід, заснований на владі;
- підхід, заснований на правах та нормі;
- підхід, заснований на інтересах.

Деякі переговори націлені на визначення того, хто сильніший: наприклад, коли сусіди чи держави обмінюються погрозами або відповідають на погрози. В інших перемовинах сторони фокусуються на визначенні того, хто має рацію: наприклад, коли двоє юристів сперечаються, чия позиція в правовому спорі сильніша. І нарешті, деякі переговори спрямовані на врахування взаємних інтересів сторін.

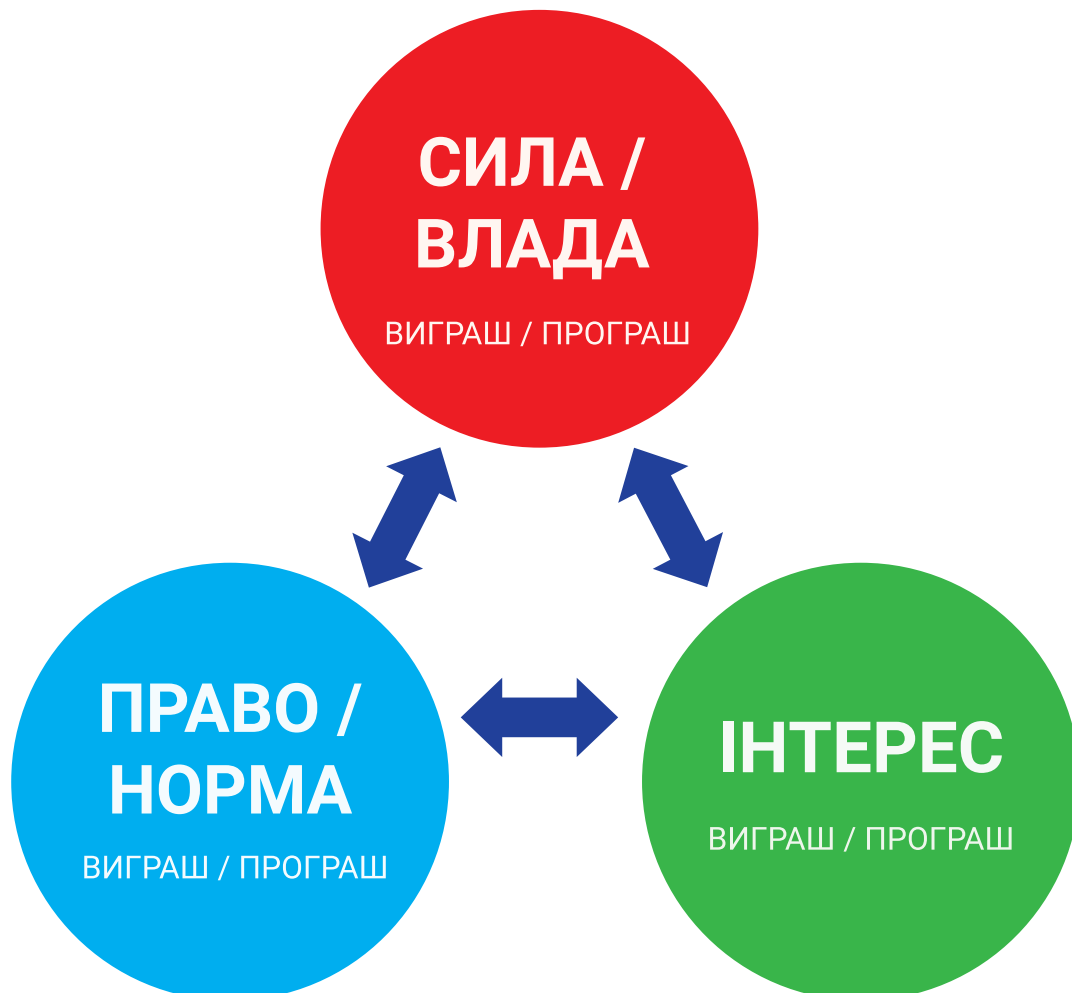
Часто у взаємодії учасників конфлікту змішуються всі три підходи: хтось намагається задовольнити інтереси, хтось – визначити юридичну правоту, а хтось апелює до влади.

Влада – це здатність примусити когось зробити те, чого він не зробив би в іншому випадку. Владу дають сила зброї, становище в ієрархії, авторитет і повага, харизма чи залякування. Часто визначити, яка зі сторін сильніша, без вирішального й потенційно руйнівного змагання важко, тому врешті-решт питання влади може звестися до сприйняття. Підхід, заснований на владі, – найдорожча й найризикованіша стратегія, хоч часом доволі ефективна.

Інший спосіб взаємодії – у визначенні правоти сторін спиратися на певні незалежні стандарти, визнані законними або чесними. Це підхід, заснований **на правах чи нормах**, він ґрунтується на таких принципах, як відповідність законам чи наявним нормам, прецедент, рівність або старшинство. Права рідко бувають однозначними. Зазвичай правила, до яких звертаються, суперечливі. Типова правова процедура – судові рішення (арбітраж, традиційний суд, суд присяжних, трибунал тощо). Правовий підхід, хоч і не такий ризикований, як попередній, усе одно тягне за собою певні ризики, а також значні витрати.

Третій спосіб – це переговори з **урахуванням інтересів**: потреб, бажань або побоювань, того, до чого сторони небайдужі, чого вони прагнуть насправді.

Утілити цей підхід непросто, він також передбачає витрати й ризик, але, звісно, найменші порівняно з двома попередніми підходами. Для його реалізації потрібно дослідити причини конфлікту, потаємні побоювання сторін, виробляти творчі рішення й шукати спільні інтереси.



Вправа «Айсберг»



50 хв.



Мета і завдання:

сформувати в учасників розуміння стратегії розв'язання конфлікту «Від позиції — до інтересу»; на практиці ознайомитися з підходом, який дає змогу знайти таке рішення для конфліктної ситуації, що задовольнить усіх учасників; сформувати в учасників навички пошуку варіантів рішення «виграш — виграш» у ситуаціях конфлікту.



Матеріали:

фліпчарт, роздруковані кейси (за кількістю учасників).

Порядок проведення:

Етап 1.

Тренер презентує учасникам схему «Айсберг», яка відображає явні й приховані аспекти конфлікту: позиції та інтереси, — особливо наголошуючи на засобах, що допоможуть зрозуміти, які саме інтереси та потреби намагаються реалізувати сторони. Насамперед ідеться про запитання «Чому? Що саме ти хочеш отримати, чого досягнути? Що це тобі / вам дасть?». Не слід забувати й про те, що справжня розмова про інтереси можлива у спокійній довірливій атмосфері. З презентацією та відповідями на можливі запитання учасникам допоможе Додаток 1. Тренер презентує учасникам стратегію «виграш — виграш» і наголошує, що справжнє врегулювання конфліктної ситуації можливе лише тоді, коли ми навчимося визначати, виокремлювати реальні інтереси сторін.

Етап 2.

Запропоновані кейси є водночас інструментом розподілу на групи. Тому на етапі підготовки роздрукуйте кожен кейс у кількості, необхідній для формування мінігрупи (максимум 6–7 осіб). Перемішайте їх та роздайте учасникам.

Спершу запропонуйте учасникам на основі моделі «Айсберг» індивідуально ознайомитися з ситуацією та визначити позиції й інтереси сторін конфлікту, а тоді за допомогою того самого роздаткового матеріалу окреслити варіанти дій, які відповідають стратегії «виграш — виграш». На це завдання варто виділити 4–5 хвилин; якщо хтось не встигне повністю виконати його індивідуально, матиме змогу допрацювати кейс у групі.

Відповідно до отриманих учасниками кейсів сформууйте мінігрупи. Їхнє завдання — на основі індивідуальних рішень виробити узгоджене групове бачення.

Організуйте презентацію результатів роботи в мінігрупах. Важливо після кожної з презентацій провести невелике обговорення: чи вдалося правильно виокремити позиції та інтереси сторін, чи лишилася група «нейтральною» щодо сторін або ж мимоволі стала на чийсь бік, чи справді запропоновані варіанти рівнозначно враховують інтереси кожної зі сторін.

На основі кейсів, які отримали учасники сформууйте відповідні міні групи. Їх завдання вже з індивідуальних рішень виробити узгоджене бачення групи.

Організуйте презентацію результатів роботи в мінігрупах. Важливо після кожної з презентацій провести невелике обговорення: чи вдалося правильно виокремити позиції та інтереси сторін, чи лишилася група «нейтральною» щодо сторін або ж мимоволі стала на чийсь бік, чи справді запропоновані варіанти рівнозначно враховують інтереси кожної зі сторін.

Етап 3.

Тренер організовує спільне обговорення для узагальнення отриманого групою досвіду, визначення складових успішного врегулювання конфліктів, досягнення ситуації, де виграти може кожен. Орієнтовні запитання для дискусії:

- Що було найважчим у цій вправі?
- Наскільки часто в особистому чи професійному житті учасникам вдається працювати на рівні інтересів, а не позицій? Чому так?
- Що саме, з погляду учасників, заважає людям одразу працювати на рівні інтересів?
- Як вони скористаються отриманим інструментом?

На завершення важливо зробити акцент на поєднанні трикутника з підходами та моделлю «Айсберг», продемонструвавши їх взаємозалежність у процесах якісного врегулювання проблемних чи конфліктних ситуацій.

Додаток 1

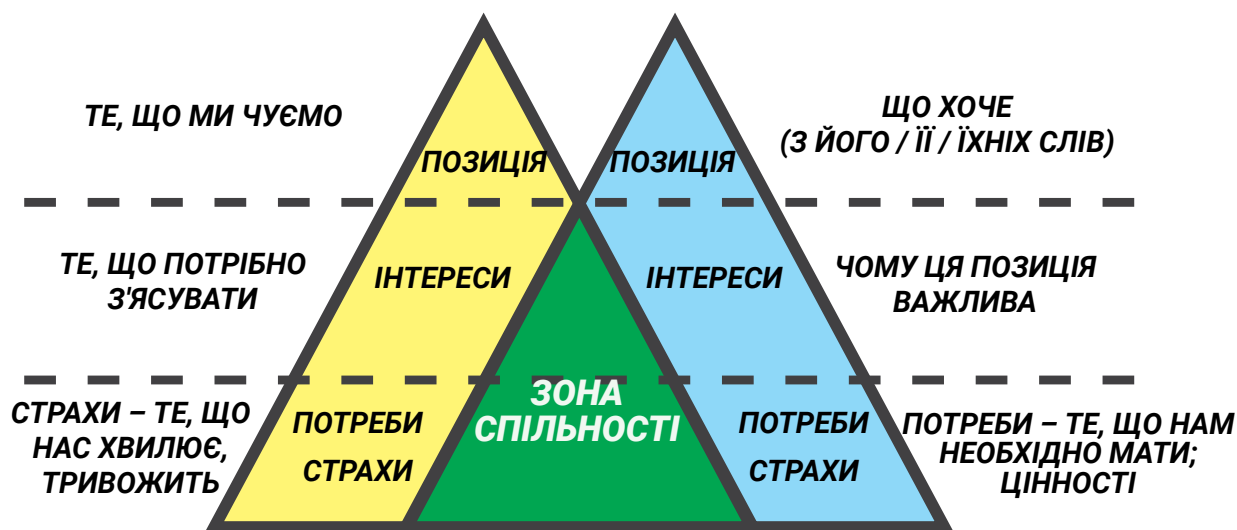
Модель Айсберг

Позиції – те, що люди говорять про свої бажання (чого вони хочуть, з їхніх слів). Звісно, це одна з можливостей задоволення своїх інтересів і основних потреб. Фактично це уявлення про те, яким чином досягнути цілей. Це поверхневий рівень того, за що ведеться боротьба. Тут обговорюють стратегію руху, причини рішень. Зазвичай позиції обґрунтовуються нормами права, моралі, домовленостями, практикою чи очевидністю. Тут ми можемо спостерігати, як початкові поняття й слова набувають інших значень, від них відмовляються, вони «вводять в оману». На рівні позицій розігруються сценарії, плетуться інтриги, формуються коаліції задля перемоги чи переваги однієї зі сторін. На цьому рівні та за заданих умов важко знаходити рішення й розв'язувати конфлікт.

Інтереси – це причини, з яких люди формулюють свої бажання та висловлювання саме так, а не інакше. Це те, що людям потрібно, – за їхніми відчуттями. Найкращий спосіб з'ясувати інтереси людей – запитати їх, чому вони хочуть того, що озвучили як свої бажання. Доволі часто ці обґрунтування позицій закладені у відповідях на запитання «Чому це важливо?», «Для чого це потрібно?», «Що це дасть?». Це часто прихований рівень: про нього майже ніколи не говорять у першу чергу, проте він може бути частково відомий. На цьому рівні сторони можуть говорити про бажане й домовлятися про взаємне задоволення інтересів. Проте для виявлення інтересів потрібні час на встановлення контакту, добра воля учасників, побудова довіри, дослідження власне інтересів та напрацювання варіантів рішень.

Потреби – це потреба у любові, потреба почуватися в безпеці, відчувати контроль за своїм життям, потреба у зв'язку й належності до певної спільноти. Ці потреби є в усіх – вони універсальні та взаємозалежні. Потреби – ядро інтересів; тут ідеться про основи й сенси життя людини. На цей рівень можна вийти, заглибившись у мотивацію учасників конфлікту і питання «Чому це для вас важливо?». Часто це неусвідомлений і ретельно приховуваний рівень ухвалення рішень. Коли потреби задоволені, людина спокійна й врівноважена. Коли не задоволені – можливі вибухи «неадекватної» реакції, знервованість. Сталі рішення, які сторони спроможні виконувати, ухвалюються саме на рівні потреб. Утім, процес «занурення» на цей рівень, побудова довіри, налагодження комунікації та формування взаєморозуміння вимагають чимало часу. На цьому рівні знаходимо й цінності – глибинні орієнтири людини, майже незмінні протягом життя. Це основа ідентичності. На цьому рівні людина робить етичний вибір щодо прийнятних / неприйнятних способів задоволення власних потреб. Розуміння та прийняття цінностей інших людей не вимагає зміни власних.

Модель Айсберг



Додаток 2

Опис кейсів

1.

Подружжя сперечається, збираючись у відпустку: дружина наполягає на відвідинах своїх батьків в Івано-Франківську, оскільки вона давно з ними не бачилась і діти теж скучили за дідусем та бабусею. Крім того, жінка хоче відпочити від хатньої роботи та догляду за дітьми, а її батьки можуть це забезпечити. Чоловік переконує, що під час відпустки треба відпочивати на природі й дихати свіжим повітрям, тож пропонує провести час на озері з вудочками; до того ж, діти теж мають відпочити від цивілізації та побути на дозвіллі з батьками. Чоловік просто стомився від міста, він прагне тиші та спокою.

	Позиція	Інтерес
Дружина		
Чоловік		

Варіанти вирішення «виграш-виграш»:

2.

Директор з продажів агенції, що займається комп'ютерним дизайном, наполягає на впровадженні суворого робочого розпорядку (з 9 до 18 години), бо йому набридли ситуації, коли він не може знайти потрібних співробітників на робочому місці. Проблема набуває особливої гостроти, коли потрібно терміново обрахувати замовлення для нового потенційного клієнта, що є найважливішим пріоритетом для директора з продажів. Директор з персоналу категорично проти, оскільки вважає, що формальна присутність працівників на робочому місці у вказані години не гарантує якості виконання робочих завдань та демотивує персонал. На його думку, важливішим критерієм оцінювання ефективності роботи є вчасно виконане завдання, а не формально відбуті в офісі години, особливо якщо робота потребує творчої наснаги та натхнення. Директор з персоналу вважає, що вільний робочий графік – це додатковий мотиваційний чинник, що знижує плинність кадрів та підвищує якість роботи.

	Позиція	Інтерес
Директор з продажів		
Директор з персоналу		

Варіанти вирішення «виграш-виграш»:

3.

В умовах децентралізації місцеві ради почали оптимізувати витрати на різні сфери. Селищний голова планує закрити місцеву бібліотеку в будні, оскільки громаді бракує грошей для фінансування її постійного функціонування протягом усього тижня. Оплата персоналу та супровідні витрати вимагають завеликих коштів, а громада має передусім утримувати об'єкти критичної інфраструктури. Проте чимало батьків, особливо дітей молодшого віку, хочуть, щоб бібліотека залишалася відкритою. Вони відчують, що дітям важливо мати доступ до книг протягом дня, а також звикли, що бібліотека є простором тимчасового перебування дітей, коли батьки зайняті.

	Позиція	Інтерес
Голова ОТГ		
Жителі		

Варіанти вирішення «виграш-виграш»:



Вправа «Драбина упереджень»



40 хв.



Мета і завдання:

надати учасникам інформацію про процес виникнення упереджень та способи запобігання їх формуванню, сформувати розуміння особливостей процесу мислення та сприйняття інформації, основних когнітивних помилок і пасток, які виникають під час обробки та аналізу інформації.



Матеріали:

здалегідь підготований фліпчарт із бланком для внесення відповідей учасників, роздруковані тести, роздруковані складові драбини упереджень.

Порядок проведення:

Етап 1.

Учасники отримують бланк «Пограбування магазину» і мають прочитати наведений сюжет. Украй важливо під час інструктування кілька разів озвучити назву вправи – «Пограбування магазину», пояснити, що учасникам треба буде спробувати себе в ролі слідчих, розібратися зі злочином тощо. Після інструкції та опису сюжету наведено 10 тверджень, учасники мають визначитися, наскільки вони відповідають сюжету, тобто є правдою (П) або неправдою (Н). Якщо складно визначитися – твердження позначається «?». Це завдання учасники виконують самостійно, не консультуючись і не обговорюючи одне з одним.

Етап 2.

Після того, як учасники заповнили бланки, тренеру потрібно вказати у бланку на фліпчарті результати групи в цілому. Тренер зачитує перше твердження і просить піднести руки тих учасників, які поставили у своїх зошитах літеру «П» щодо цього питання; результат підрахунку заносить у таблицю на фліпчарті. Аналогічно повторює процес щодо варіантів відповіді «Н» та «?». Після фіксації усіх результатів тренер просить бажаючих прокоментувати / аргументувати свій вибір. Важливо це зробити швидко.

Етап 3.

Після зведення всіх результатів у таблиці запитайте учасників, щодо якої з тез вони бачать найбільші розбіжності, тобто яку з тез оцінили по-різному, давши більш менш рівну кількість голосів за різні варіанти відповіді. Позначте ці результати голосування іншим кольором.

Етап 4.

Далі організуйте обговорення виділених тез. Важливо провадити його поетапно, не

дозволяючи учасникам змішувати тези й варіанти відповіді. Під час обговорення тренер має підсумовувати та виділяти розбіжності в оцінці та виборі учасників.

Важливі акценти під час обговорення:

- Що спостерігали учасники під час обговорення кожного з питань? (Важлива відповідь — багато хто з учасників змінював первинну думку, почувши аргументи іншої людини. Тренер може перевірити, як багато людей в аудиторії змінили свої думки щодо бодай одного з питань. Це може свідчити про їх відкритість до діалогу і спроможність чути аргументи інших).

- Чому люди неоднаково оцінюють різні твердження? (Стереотипи сприйняття та упереджене ставлення).

- Як це стосується конфлікту чи складної комунікації? (Механізм формування упереджень постійно викривлює наше сприйняття ситуації, що часто призводить до непорозумінь, оскільки він працює по-різному у різних людей).

Етап 5.

Після обговорення тез тренер презентує модель Драбини упереджень, або поетапно зображуючи її на фліпчарті, або розкладаючи роздруковані елементи на підлозі, при цьому надає пояснення щодо кожної сходинки. На основі виконаної вправи пояснення виглядатиме так.

Доступні дані: сюжет вправи.

Вибіркове сприйняття: назва вправи, коментарі та акценти тренера під час інструктування учасників (слідчі, кримінал) наштовхують на однозначні думки щодо того, про що йдеться в сюжеті.

Судження / міркування: сюжет описує пограбування, хоча прямо це не звучить.

Висновки: твердження «грабіжник був чоловіком» — правдиве.

Дії: вписуємо літеру «П».

Потім тренер запитує групу, на якій сходинці потрібно розмістити 100%. Якщо така відповідь так і не прозвучить, має пояснити, що цією цифрою слід позначити сходинку «Доступні дані». Адже, на відміну від більшості ситуацій у житті, ми мали всі 100% даних — сюжет однаковий для всіх. Але це не врятувало групи від суттєвих розбіжностей в оцінці.

Важливі висновки із вправи:

1. Проблема полягає в тому, що наше сприйняття вибіркоче й ніхто не застрахований від упередженого ставлення. Хоча ми всі свято віримо, що саме наша думка правильна...)

2. Вибіркове сприйняття характерне для кожного конфлікту. Тож завжди варто про це пам'ятати. Інколи можливість дізнатися більше фактів про подію з надійних джерел або від безпосередніх учасників відіграє вирішальну роль у розв'язанні проблеми чи конфлікту.

Примітки для тренера:

- Під час інструктування учасників важливо наголосити на кримінальній складовій, кілька разів нагадати про пограбування. Під час презентації Драбини упереджень це можна навести як один із прикладів «спрямування» нашого сприйняття ззовні.

- Якщо хтось із групи вже виконував таку вправу раніше, попросить зробити це знову, але вже з позиції спостерігача, порівняти цей і попередній досвід.

- Вправа вимагає від тренера активної фасилітації обговорення, оскільки часто суперечки між учасниками затягуються. Можна розглянути не всі твердження,

достатньо 4–5, щоб учасники зрозуміли суть вправи. Бажано, щоб сам тренер мав досвід виконання вправи або зробив її напередодні, оцінивши чинники правдивості / неправдивості тверджень.

- Для пришвидшення підрахунку кількості голосів на підтримку тієї чи іншої відповіді можна рахувати кількість голосів для однієї відповіді, а тоді відняти її від загальної кількості учасників.

- Якщо є час, протягом обговорення можна ілюструвати Драми́ну упереджень прикладами з досвіду реальних конфліктів тренера чи учасників.



Додаток 1

Драми́на упереджень

- _____ **Дії**
- _____ **Висновки**
- _____ **Судження / Міркування**
- _____ **Вибіркове сприйняття**
- _____ **Доступні дані**

Наші дії залежать від розуміння довколишньої ситуації. Наше розуміння часто здається нам самоочевидним. Але люди можуть доходити геть різних висновків залежно від того, які саме аспекти ситуації помічають і як інтерпретують події. Драми́на упереджень – це покрокова модель процесу осягнення ситуації й вибору найадекватнішого способу дії в ній. Вона допомагає нам узгоджувати своє мислення з мисленням інших людей.

Доступні дані

Це всі дані, які ми безпосередньо спостерігаємо довкола в повсякденному житті, включно зі словами людей, інтонаціями та мовою тіла; також це, наприклад, статистика, результати маркетингових опитувань, бухгалтерські звіти тощо.

Вибіркове сприйняття

Оскільки ми не можемо охопити всі доступні дані, іноді свідомо обираємо, до чого дослухатися, а що проігнорувати. Утім, найчастіше цей добір відбувається підсвідомо.

Судження / міркування

Коли обрані дані стосуються взаємодії з людьми, включно з розмовною мовою, письмовим спілкуванням, жестами, ми додаємо до промовленого або зробленого іншими власні неозвучені слова, подумки перефразовуємо. Це фундаментальний чинник інтерпретації дій інших людей. Називання того, що відбувається, дає змогу оцінювати його як частину певної більшої картини.

Висновки

Пояснення / оцінювання того, що відбувається. Назвавши те, що відбувається, ми пояснюємо собі його причини, спираючись на власний набір причинних теорій. Також, виходячи з власної системи цінностей, оцінюємо побачене як хороше чи погане.

Дії

Виходячи з власних пояснень і оцінок того, що відбувається, й спираючись на властивий нам репертуар дій, ми ухвалюємо рішення, як діяти.

Стрибки драбиною

- Наші власні висновки здаються очевидними саме нам.
- Люди можуть робити й роблять різні висновки. Оскільки кожна людина вважає свої висновки очевидними, то не вважає за необхідне пояснювати, як саме до них дійшла.
- Люди вважають висновки, відмінні від своїх, вочевидь неправильними й придумують пояснення такої «помилковості» позиції інших.
- Не погоджуйтесь, люди часто кидаються одне в одного висновками з вершечків своїх драбин, ускладнюючи процес подолання розбіжностей і втрачаючи можливість навчатися одне в одного.

Загальні рекомендації

1. Вчіться розпізнавати свої висновки саме як висновки, що ґрунтуються на процесі мислення, а не як очевидні факти.
2. Припускайте, що ваші міркування можуть містити непомітні для вас прогалини чи хиби.
3. Використовуйте приклади, щоби проілюструвати обрані дані, на основі яких сформулювали свої міркування.
4. Перефразуйте вголос почуте від інших людей, щоби перевірити, чи правильно ви зрозуміли смисл сказаного.
5. Пояснюйте хід своїх думок, від обраних даних та їх смислу до сформульованих висновків.
6. Питайте, чи існують інші способи інтерпретації даних і чи бачать інші люди прогалини у вашому способі мислення.
7. Припускайте, що інші можуть дійти інших висновків, оскільки користуються власною драбиною упереджень і керуються власною, самоочевидною для них, логікою.
8. Просіть інших ілюструвати дані, які вони обрали, пояснювати сенси, які вони зрозуміли, та проговорювати хід думок.

Поради щодо застосування

Ми не можемо сприймати світ окремо від власних сенсів та висновків. Навіть якби це було можливо, без творчого різноманіття життя було б механічним і нецікавим. Тому, стикаючись із наслідками різночитань та неякісної комунікації, найкраще реагувати в такий спосіб: «Як цікаво!». З такою настановою ми витратимо менше енергії на негативні емоції. Набагато продуктивніше приділити час і зусилля дослідженню, роз'ясненню ситуації та побудові міцних взаємин на основі взаєморозуміння. Якість спілкування й відносин можна покращити за допомогою рефлексії. З цією метою можна застосовувати Драбину упереджень у трьох площинах:

1. Рефлексія: підвищення рівня усвідомленості мислення, міркувань та суджень.
2. Роз'яснення: зрозуміліше формулювання своїх думок та міркувань для інших.
3. Дослідження: вивчення ходу думок і аргументації інших для досягнення повнішої картини.

Досягши однакового розуміння Драбини упереджень, ми отримуємо безпечний спосіб зупинити розмову й замислитися над такими питаннями:

- Які дані стоять за цими твердженнями?
- Чи всі погоджуються зі сформульованим смислом даних?
- Чи можете ви пояснити мені свої міркування?
- Як ми перейшли від цих даних до більш загальних спостережень та переконань?
- Коли ви кажете «[висновок людини]», то маєте на увазі «[моя інтерпретація почутого]»?

Тож найкраща стратегія – ділитися процесом міркувань із оточуючими й запитувати їх, як вони дійшли своїх висновків.

«Пограбування магазину»

Інструкція: Прочитайте сюжет і прокоментуйте запропоновані твердження таким чином: обведіть «П», якщо переконані, що твердження правдиве; «Н» – якщо вважаєте його неправдивим; «?» – якщо не можете сказати точно. Можна звернутися з сюжетом, але просимо відповідати на кожне питання один раз, не виправляти початкові відповіді.

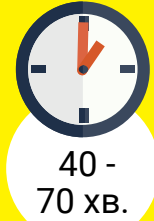
Сюжет: Після того, як підприємець виключив світло в магазині, з'явилася людина і почала вимагати гроші. Власник магазину відкрив касу, її вміст було вилучено, і невідома людина швидко залишила магазин. Про цей факт терміново був повідомлений офіцер поліції.

Твердження:

1	Людина з'явилася після того, як підприємець виключив світло в своєму магазині.	П	Н	?
2	Грабіжник був чоловіком.	П	Н	?
3	Як тільки людина з'явилась у магазині, вона не вимагала гроші.	П	Н	?
4	Власник вигріб вміст каси і швидко пішов.	П	Н	?
5	Хтось відкрив касу.	П	Н	?
6	Після того, як незнайома людина почала вимагати гроші і вилучила вміст каси, вона швидко залишила магазин.	П	Н	?
7	Не дивлячись на те, що в касі були гроші, у сюжеті не вказується їх кількість.	П	Н	?
8	Грабіжник вимагав гроші у власника магазину.	П	Н	?
9	У сюжеті викладено послідовність подій, в якій участь беруть тільки три людини: власник магазину, людина, яка вимагала гроші, і офіцер поліції.	П	Н	?
10	Сюжет описує три наступні події: хтось вимагав гроші, касу було відкрито, людина швидко залишила магазин.	П	Н	?



Вправа «Стратегії поведінки в конфлікті»



40 -
70 хв.



Мета і завдання:

ознайомлення зі стратегіями поведінки у конфлікті, саморефлексія власних стратегій і тактик, створення підґрунтя для розширення своїх поведінкових стратегій та протоколів дій.



Матеріали:

аркуші А4 зі стратегіями та вісями з позначками, опитувальник, роздаткові матеріали.

Порядок проведення:

Етап 1.

Презентуємо учасникам осі моделі стратегій поведінки у конфлікті Томаса – Кіллена. Для актуалізації теми можна запитати учасників, на яких двох головних орієнтирах ми зосереджуємося під час конфліктної ситуації. Протягом 2-3 хвилин групового мозкового штурму обговорюються ці два чинники: власні інтереси / інтереси інших. Пояснюємо особливості розміщення об'єктів на графіках такого типу. Формуємо 5 команд, кожна з яких отримує аркуш паперу, на якому надруковано / написано одну зі стратегій з моделі Томаса – Кіллена. Групи мають 3-4 хвилини на обговорення: де саме на графіку має бути розміщено їхню стратегію.

Етап 2.

Групи презентують своє бачення щодо розміщення стратегії на графіку. Для зручності можна розмістити графік і аркуші на підлозі. Після презентації тренери коригують відповіді та ознайомлюють учасників із класичним описом моделі.

Етап 3.

Залежно від рівня учасників і доступного часу можна обрати кілька варіантів виконання вправи. За потреби можна використати всі або кілька на вибір.

Варіант 1

У тих самих групах учасники мають опрацювати свою стратегію крізь призму 3 запитань:

- Що свідчить про використання цієї стратегії?
- Де, за яких умов її застосування виправдане?
- Де, за яких умов використання цієї стратегії неефективне?

Після роботи в групах учасники презентують свої напрацювання, тренери та інші учасники коментують і доповнюють.

Варіант 2

Бажаючі можуть поставити себе на місце однієї зі сторін у конфлікті (можна взяти конфлікт, уже проаналізований на тренінгу, або іншу ситуацію, близьку до теми тренінгу та діяльності учасників). Крім того, можна запропонувати учаснику/кам опрацювати власний кейс чи ситуацію в громаді. Учасник презентує ситуацію, а решта намагаються застосувати / запропонувати різні стратегії для її вирішення. Також можна попросити самого оповідача уявити себе в ролі сторони конфлікту й описати свої дії відповідно до обраної стратегії. У такому самому форматі можуть висловитися й інші учасники. Після цього пропонуємо поставити себе на місце іншої (третьої) сторони в конфлікті й повторити процедуру з вибором і викладом своєї стратегії.

Обираючи такий варіант, важливо бути готовим до ретельної та обережної фасилітації, пропонувати цей формат лише групі з належним потенціалом. У роботі з індивідуальними кейсами украй важливо наголосити на конфіденційності.

Варіант 3

Учасникам роздається тест на визначення схильностей у поведінці в конфлікті. Це може бути й варіантом домашнього завдання. Ключ до тесту та назву / опис моделі учасникам давати не варто, тоді під час опрацювання завдання на сесії вони збережуть свіжість погляду. Після заповнення бланку тесту учасники отримують ключ і відповідні наліпки різного кольору, які мають позначати домінуючий / високий / середній / низький рівень застосування. Тренер заздалегідь готує фліпчарт із зображенням моделі Томаса – Кілмена, учасники після заповнення тесту можуть відповідними наліпками позначити власну схильність до тієї чи іншої стратегії. Після голосування учасників ви отримаєте зріз групи, і можна буде провести дискусію щодо певних групових, культурних схильностей до застосування тих чи інших моделей у певних професійних спільнот чи громад.

Етап 4

Незалежно від обраних варіантів слід організувати спільне фінальне обговорення. Орієнтовні запитання для дискусії:

- Які враження від вправи?
- У яких діях реалізується та чи інша стратегія?
- За яких умов певна стратегія у вашій діяльності спрацює якнайефективніше, а за яких умов – не спрацює?

Під час обговорення слід зазначити, що немає поганих стратегій, можна користуватися кожною з них залежно від ситуації й своїх особливостей. Також під час виконання вправи стає зрозуміло, що в одних і тих самих діях можна вбачати різні стратегії, а ту саму стратегію втілювати за допомогою різних дій.

5 чинників вибору стратегії:

1. Важливість конфліктного питання для вас.
2. Важливість конфліктного питання для іншої сторони.
3. Можливий успіх стратегії.
4. Очікувана ціна стратегії (включно зі стосунками).
5. Обрання стратегії (базується на попередніх пунктах).

Оскільки часто найкращим виходом здається компроміс, важливо наголосити на його відмінності від співробітництва: за компромісу кожна зі сторін щось втрачає, а за співробітництва кожна зі сторін здатна максимально задовольнити свої інтереси. При цьому воно вимагає зазвичай більше часу і хоча б мінімальної довіри між сторонами, а також обопільного бажання розв'язати проблему, зберігши при цьому відносини. Можна послатися на першу вправу модулю, під час якої застосовувались різні тактики, і спробувати оновити ці тактики у роботі з стратегіями.

Тест «Визначення стилю поведінки в конфліктній ситуації»

Інструкція: Уважно прочитайте вислови і прислів'я. Визначте, наскільки кожна теза відповідає вашим діям під час конфліктів: 5 – відповідає в усіх випадках; 4 – відповідає у більшості випадків; 3 – деколи відповідає; 2 – відповідає, але дуже рідко; 1 – ніколи не відповідає.

- 1 Від суперечки легше утриматися, аніж потім її позбутися.
- 2 Якщо не можете змусити людину думати так, як ви робите, то змусьте її робити так, як ви думаєте.
- 3 Теплі слова розтоплюють холодні серця.
- 4 Послуга за послугу.
- 5 Приходь і подумаємо разом.
- 6 Під час суперечки заслуговує похвали той, хто перший замовкне.
- 7 Чия сила, того й правда.
- 8 Солодкі слова роблять солодким рух уперед.
- 9 Краще синиця в руках, аніж журавель у небі.
- 10 Істина – у знаннях.
- 11 Той, хто б'є і тікає, доживає до нової битви.
- 12 Той перемагає блискуче, хто примушує своїх ворогів тікати.
- 13 Убий ворога своєю надмірною добротою.
- 14 Чесний обмін думками не призведе до суперечки.
- 15 Ніхто не може претендувати на істину, але кожен може зробити свій внесок у неї.
- 16 Тримайся подалі від тих, хто не згоден із тобою.
- 17 Тільки той, хто вірить у перемогу, перемагає на полі битви.
- 18 Добре слово мало коштує, та дорого цінується.
- 19 Зуб за зуб – це чесна гра.
- 20 Тільки той, хто готовий відмовитися від власного права на істину, збагатиться від істин, які знають інші.
- 21 Уникайте сварливих людей – вони зроблять ваше життя нещасним.
- 22 Людина, яка не тікає сама, змушує тікати інших.
- 23 М'які слова забезпечують гармонію.
- 24 Хочеш мати хорошого друга – зроби йому щось приємне.
- 25 Відкрито говори про свої конфлікти і йди їм назустріч – тільки це забезпечить їх якнайкраще розв'язання.
- 26 Найкращий спосіб залагодження конфліктів – цілком їх уникати.
- 27 Займаю тверду, рішучу позицію (на тім стою і не можу інакше).
- 28 Лагідність перемагає гнів.
- 29 Краще щось, аніж нічого з того, що ти хочеш.
- 30 Щирість, чесність і довіра гори звернуть.
- 31 Немає нічого важливішого від того, за що треба боротися.
- 32 У світі завжди були й будуть переможці та переможені.
- 33 Вони на тебе з каменем, а ти до них – із прихильністю.
- 34 Якщо двоє йдуть на компроміс, то справедливе рішення гарантоване.
- 35 Правди можна досягти тільки воюючи.

Ключ до тесту

Що більшою є загальна сума балів за певною стратегією розв'язання конфліктів, то частіше ви схильні застосовувати цю стратегію. Що менша загальна сума, то рідше ви користуєтесь нею.

Ухиляння	Суперництво	Пристосування	Компроміс	Співробітництво
1–	2–	3–	4–	5–
6–	7–	8–	9–	10–
11–	12–	13–	14–	15–
16–	17–	18–	19–	20–
21–	22–	23–	24–	25–
26–	27–	28–	29–	30–
31–	32–	33–	34–	35–
Загалом–	Загалом–	Загалом–	Загалом–	Загалом–

Опис стратегій

Ухиляння

Суть цієї стратегії полягає в тому, що людина намагається зробити все можливе, аби відкласти конфлікт чи ухвалення важливих рішень на потім. За такого підходу особа не лише не обстоює власні інтереси, але і не виявляє уваги до інтересів опонента. Дуже часто цю стратегію обирають люди, які були втягнуті в конфлікт через зовнішні обставини або примус. Інколи за такої стратегії активно застосовується образ жертви, адже за певних обставин у такій ролі можна отримати підтримку й співчуття і можливість самостійно не вирішувати наявну проблему. Зміна стратегії може відбутися лише внаслідок зростання тиску й примусу. Ухиляння може бути достатньо дієвим підходом, якщо ситуація безпосередньо не зачіпає інтересів людини або не становить для неї загрози. Ця стратегія справді може виявитися корисною в ситуації, коли суть конфлікту не особливо важлива або коли відносини з опонентом підтримувати не планується.

З іншого боку, така поведінка може підштовхнути іншу сторону до посилення формального примусу, аналогічного уникання розв'язання проблеми або проговорювання конфліктної ситуації чи спільного пошуку вирішення. Відсутність протидії тиску часто провокує його зростання. У певних випадках цю стратегію свідомо чи ненавмисно використовують і для того, щоб змусити іншу сторону змінити точку зору, поведінку або навіть покарати її.

Ухиляння призводить до того, що ситуація «заганяється всередину», розвивається конфлікт між двома складниками – збереженням відносин і досягненням мети, тож суперечності стають системними.

Основні дії в разі застосування стратегії «Ухиляння»:

- відмова від взаємодії з опонентом;
- тактика демонстративного спостереження;
- відмова від застосування силових чи навіть проактивних методів, кроків;
- ігнорування будь-якої інформації від опонента, відмова від збору фактів;
- заперечення серйозності й гостроти ситуації;
- систематичне зволікання з ухваленням рішень, регулярні спізнення через боязнь

дій.

Ресурс особистості:

- відчуття часу;
- вміння тримати паузу;
- витримка і самоконтроль.

Риси особистості:

- сором'язливість у спілкуванні з людьми;
- нетерпимість до критики – сприйняття її як особистої атаки;
- нерішучість у критичних ситуаціях, дії за принципом «якось та й буде»;
- невміння запобігти хаосу і беззмістовності у спілкуванні та ухваленні рішень.

Такий стиль поведінки виправданий за умов, коли:

- проблема не настільки важлива для вас і ви не хочете витратити сили (й нерви) на її розв'язання;
 - ви змушені по роботі спілкуватися зі «складною»/«проблемною» людиною.
- У вас немає можливості не контактувати, тому, намагаючись не загострювати ситуацію, ви ігноруєте непотрібну, з вашої точки зору, інформацію;
- протилежна сторона наділена силою (владою), незрівнянно більшою за вашу, і майже за будь-якого розвитку подій ви розумієте, що приречені на поразку;
 - у вас недостатньо інформації для ухвалення рішення і потрібно виграти час, щоб розібратися в ситуації.

Суперництво

За такого стилю поведінки суб'єкт прагне задовольнити власні інтереси, не рахуючись із інтересами іншого/ї. Дотримуючись цієї стратегії, людина впевнена, що взяти гору в конфлікті може лише один із учасників, а перемога одного завжди буде поразкою іншого. Людина, яка віддає перевагу суперництву, «гнутиме свою лінію» всіма доступними засобами, не беручи до уваги позицію протилежної сторони. Така стратегія виправдана в екстрених випадках, коли люди, що мають авторитет / владу, мусять впровадити кардинальні зміни чи навести лад в умовах кризи. Однак ця стратегія поведінки рідко приносить довгострокові результати – сторона, що програла, може не підтримати рішення, ухвалене всупереч її волі, або навіть спробувати саботувати його. Той, хто програв сьогодні, завтра може відмовитися від співпраці чи навіть вдатися до помсти.

Основні дії в разі застосування стратегії «Суперництво»:

- жорсткий контроль за діями опонента;
- постійний і навмисний тиск на опонента будь-якими засобами;
- застосування обману, хитрощів для створення переваг для себе;
- провокування опонента на помилки й непродумані кроки;
- небажання вступати в конструктивну комунікацію з причини впевненості у своїй позиції.

Ресурс особистості:

- владність, авторитарність;
- нетерпимість до розбіжностей та іншої точки зору.

Риси особистості:

- орієнтація на збереження статус-кво;
- страх нововведень, неоднозначних рішень;
- несприйняття критики свого стилю поведінки;
- використання свого становища з метою досягнення влади;
- ігнорування думок і оцінок групи, інших осіб під час ухвалення рішень у критичних ситуаціях.

Такий стиль поведінки виправданий за умов, коли:

- потрібні швидкі й рішучі заходи у непередбачуваних і небезпечних (екстремальних) ситуаціях і ви готові взяти на себе всю відповідальність;
- необхідно швидко ухвалити рішення (часу на дискусії немає), ви маєте достатньо владних повноважень або сталого авторитету в групі / колективі й упевнені, що запропоноване вами рішення правильне;
- ви – недостатньо визнаний лідер у колективі, але впевнені в успіху своїх дій і переконані, що це дасть вам можливість завоювати прихильників;
- ви відчуваєте, що немає іншого вибору і вам нема чого втрачати. Якщо питання не буде вирішено швидко і радикально, ви опинитеся в професійному та життєвому глухому куті;
- якщо організація «хвора». Ви йдете ва-банк, ставите на здорові сили, формуєте нову команду, демонструючи максимальну впевненість.

Недолік цього стилю полягає в тому, що за звичайних умов він пригнічує ініціативу членів групи, а під час ухвалення рішення представлена лише одна точка зору. Некритичне застосування цього стилю виправдане на перших етапах розвитку групи, надалі ж може

суттєво гальмувати її розвиток. За такого формату взаємодії ваші колеги, підлеглі дедалі більше намагатимуться перекинути на вас відповідальність за розв'язання навіть дрібних проблем. У результаті, насолоджуючись власною «крутизною», ви потопатимете у мікроменеджменті.

Пристосування

Пристосування як спосіб поведінки в конфлікті характеризується тим, що сторона готова відмовитися від власних потреб і бажань або знехтувати ними й піти на суттєві поступки опоненту, аби лиш не допустити зіткнення. Ця стратегія спрямована на досягнення максимуму у міжособистісних взаєминах і мінімізацію власних інтересів. Така настанова на тотальну доброзичливість власним коштом може спрацювати лише до певної межі, адже всі ми наділені інстинктом самозбереження. Стратегія пристосування може бути розумним кроком, якщо конфронтація з приводу незначних розбіжностей провокує надмірний стрес, суттєво погіршує стосунки з іншою стороною або в ситуаціях суттєвого дисбалансу сил. За певних обставин цей підхід може дати іншій стороні відчуття перемоги, а ви виграєте тим самим час для переорієнтації та зміни стратегії надалі.

Основні дії в разі застосування стратегії «Пристосування»:

- демонстративна пасивність;
- лестощі, потурання опоненту;
- демонстративна запопадлива згода з вимогами опонента, тобто максимальні поступки (якщо це тактика);
- демонстрація відсутності переможних амбіцій чи неготовності чинити суттєвий опір.

Ресурс особистості:

- вміння тримати паузу;
- адаптивність.

Риси особистості:

- немає власної думки в складних ситуаціях;
- демонстративне бажання всім догодити, нікого не образити, щоб не було чвар і зіткнень;
- підпорядкованість лідерам неформальних груп, схильність підпадати під маніпуляції.

Такий стиль поведінки виправданий за умов, коли:

- результат справи, наприклад, надзвичайно важливий для іншої, досить близької вам людини і не дуже суттєвий для вас;
- є відчуття, що, поступаючись трохи, ви мало що втрачаєте, але оздоровлюєте ситуацію в цілому;
- хочеться зберегти мир і добрі стосунки з іншою людиною, і це важливіше, ніж наполягти на своєму (в родині, в групі тощо);
- людина, з якою ви погоджуєтесь, є для вас абсолютним авторитетом;
- немає виходу: у вас мало влади і мало шансів не тільки перемогти, а й просто висловити свою позицію.

Пристосування почасти нагадує ухиляння, але це різні стилі поведінки. Ключова відмінність полягає в тому, що, ухиляючись, ви не підлаштовуєтеся під іншу людину, нічого не робите для задоволення її інтересів, не змінюєте своє позиціонування чи поведінку, а просто відсторонюєтеся і «відштовхуєте» від себе проблему. Пристосовуючись до ситуації, ви дієте з іншою людиною спільно і при цьому підлаштовуєтеся під неї, тобто загалом погоджуєтеся робити те, чого вимагає від вас інша сторона. Недолік: цей стиль неприйнятний за умови, коли від вас вимагають поступитися гідністю чи авторитетом. Також він абсолютно неприйнятний, коли ви розумієте, що інша сторона не оцінить зробленої поступки або взагалі сприйме це як слабкість. Крім того, необхідно розуміти, що не можна постійно вдаватися до пристосування як способу розв'язання конфліктних ситуацій.

Компроміс

Компроміс забезпечує лише часткове задоволення інтересів усіх учасників конфліктної взаємодії. Для цієї стратегії характерна поведінка, що поєднує обережність і певну хитрість. Людина діє за принципом: «Я трохи поступлюся, якщо ви теж готові поступитися». Підґрунтя цього типу поведінки – виваженість і збалансованість. За цієї стратегії для людини однаково значущі й особисті цілі, і взаємини. Слабке місце такого підходу – повсякчасне прагнення до нормалізації відносин, особливо у випадках, коли інша сторона застосовує суперництво.

Крім того, ця стратегія доволі сильно залежить від поведінки та поступок іншої сторони. Компроміс вимагає від обох учасників навичок ведення переговорів, інакше сторони нічого не досягнуть і скотяться в жорстке суперництво. Недоліки стратегії компромісу в тому, що одна сторона може, наприклад, збільшити свої претензії, щоб потім видатися великодушною, або з тактичною метою імітувати зацікавленість / байдужість. Відповідно, досягти вирішення проблеми / конфлікту на основі задоволення інтересів сторін у разі застосування цієї стратегії складно.

Безперечно, компроміс значно ближчий до співробітництва, але суттєво відрізняється від нього поверховістю. Адже мета співробітництва – вироблення довгострокового взаємовигідного рішення, а компроміс – негайний варіант, тимчасова, а часто й вимушена згода. Крім того, будь-яка зміна ситуації, внутрішня чи зовнішня, може запустити процес перегляду досягнутих домовленостей. Хоча компроміс передбачає задоволення інтересів усіх суб'єктів конфліктної взаємодії, що, по суті, справедливо, та в більшості випадків цю стратегію варто застосовувати лише як проміжний етап вирішення ситуації, що передує пошуку найоптимальнішого рішення, повністю прийняттого для сторін конфлікту.

Основні дії в разі застосування стратегії «Компроміс»:

- орієнтація на рівність позицій, торг;
- пропонування своїх варіантів у відповідь на пропозицію опонента;
- (іноді) використання хитрощів чи лестощів для забезпечення доброзичливого ставлення з боку опонента;
- маніпулювання прагненням знайти взаємовигідне рішення.

Ресурс особистості:

- адекватна орієнтація в ситуації;
- постійний аналіз;
- ігровий стиль поведінки.

Риси особистості:

- гранична обережність в оцінюванні, критиці, звинувачення в поєднанні з відкритістю;
- насторожене ставлення до критичних оцінок інших людей (сприйняття їх як тактичного ходу, маніпуляції);
- очікування м'яких формулювань, красивих слів;
- прагнення переконати людей не висловлювати свої думки занадто різко й відкрито, тим самим лишаючи простір для перемовин.

Такий стиль поведінки виправданий за умов, коли:

- не вдалося домогтися рішення через співпрацю (краще компроміс, ніж нічого);
- дві сторони мають однакову владу, але водночас взаємовиключні інтереси й не прагнуть до порозуміння;
- проблема не має для вас занадто великого значення і ви легко вносите корективи до поточної діяльності, заощаджуючи сили для виконання важливіших завдань;
- ви не впевнені у своєму успіху в разі конфронтації і йдете на компроміс, вважаючи за краще отримати хоч щось, ніж втратити все;
- компроміс дає змогу зберегти цінні міжособистісні стосунки.

Співробітництво

Вибираючи цю стратегію, сторона конфлікту налаштована на вирішення ситуації, вигідне всім учасникам. Причому не просто враховує позицію опонента / опонентів, а й прагне забезпечити максимальне задоволення їхніх вимог, як і власних. Співробітництво орієнтоване головним чином на розуміння протилежної позиції, увагу до точки зору опонента і пошук рішення, що всім влаштовує. Завдяки такому підходу можна домогтися взаємоповаги, взаєморозуміння й довіри, що якнайбільше сприяє розвиткові довгострокових, міцних і стабільних відносин.

Стратегія найефективніша тоді, коли предмет конфлікту важливий для всіх його сторін.

Людина, яка застосовує цю стратегію, готова обговорювати власні інтереси, висловлює свою позицію, відкрито визнає конфлікт або суперечності в позиціях та інтересах і пропонує шляхи розв'язання проблеми. Від опонента вона очікує відповідної співпраці, спрямованої на конструктивне вирішення конфлікту, тобто на роботу з проблемою / предметом конфлікту, а не ескалації. Складність опанування цього стилю та впровадження його в наші ділові відносини пов'язана з тим, що ми часто перебуваємо в полоні старих стереотипів, усталених моделей поведінки та наявних процедур. Крім того, вкрай поширене хибне розуміння співробітництва, згоди в колективі як підпорядкування більшості (проблеми вирішуються голосуванням).

Основні дії в разі застосування стратегії «Співробітництво»:

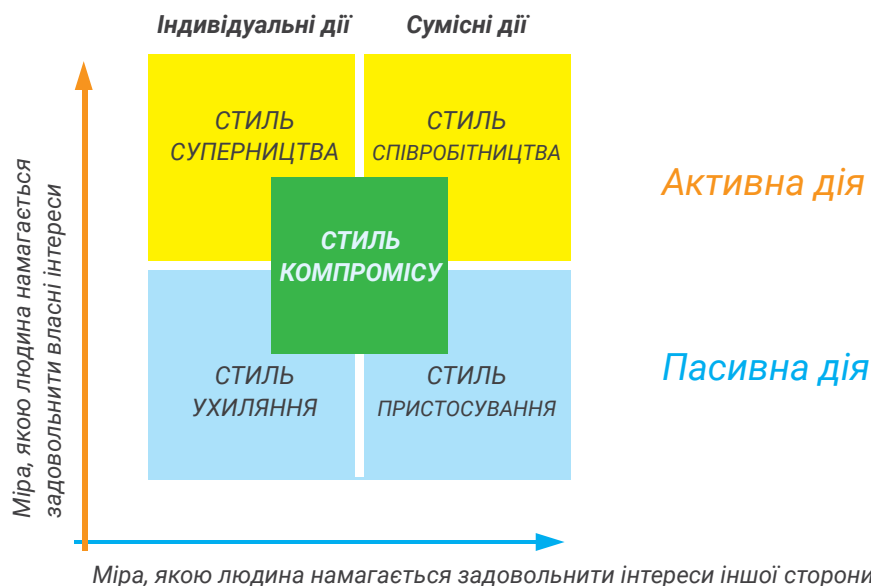
- збір інформації про опонента, предмет конфлікту і його перебіг;
- детальний аналіз та зіставлення ресурсів усіх учасників взаємодії з метою вироблення альтернативних пропозицій;
- відкрите обговорення конфлікту, прагнення визначити його предмет і окреслити інтереси сторін;
- розгляд пропозицій опонента.

Такий стиль поведінки виправданий за умов, коли:

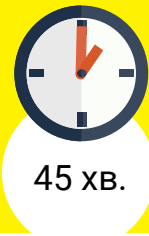
- проблема дуже важлива для обох сторін і ніхто не хоче відсторонитися;
- залучені до конфлікту сторони наділені однаковою владою і готові на рівних шукати рішення;
- обидві сторони прагнуть не тимчасового, а довгострокового рішення.

Стиль співробітництва найскладніший для втілення. Однак саме він уможливорює у конфліктних ситуаціях найпродуктивніші рішення, що задовольняють обидві сторони. Цей вид взаємодії вимагає від обох сторін певної організаційної та особистої культури. Вони мусять уміти пояснити свої бажання, висловити претензії; вислухати одне одного; з повагою поставитися до точки зору іншого. У межах цього підходу люди відкрито обговорюють розбіжності в поглядах, але не концентруються лише на них, хоча й не вдають, ніби їх не існує. Вони шукають точки дотику, згоди – і зрештою їх знаходять.

Сітка Томаса – Кіллена



Вправа «Роль емоцій»



45 хв.



Мета і завдання:

продемонструвати природу емоцій, ролі, які вони відіграють під час ухвалення рішень, взаємодії з іншими людьми.



Матеріали:

роздруковані назви емоцій, роздруковані блоки схеми з Додатку 1.

Порядок проведення:

Етап 1.

Тренер презентує учасникам картки з назвами емоцій та емоційними станами і розміщує їх на стінах приміщення. Пропонується використати аркуші формату А5, на яких великими друкованими літерами написано: «Радість», «Сум», «Злість», «Спокій», «Страх», «Здивування», «Інтерес», «Огида». Важливо розмістити картки на достатній відстані одна від одної та на рівні, вищому від людського зросту, щоб учасники під час руху могли бачити всі написи.

Етап 2.

Тренер пояснює учасникам перебіг вправи: він описуватиме певні ситуації, а учасники мають швидко зорієнтуватися, які емоції в них викликають озвучені обставини, і стати біля відповідної картки. Учасники не можуть не обрати жодної емоції, але якщо все ж мають значні труднощі з визначенням, то мусять вийти на середину приміщення. Потрібно наголосити, що це індивідуальне завдання, і не допускати закликів чи тиску одних учасників на інших. Обговорення можливі лише після того, як усі визначаться зі своїми емоціями щодо ситуації. Абсолютно нормально, якщо біля різних карток збиратиметься різна кількість учасників.

Етап 3.

Щойно учасники зрозуміли принцип роботи, можна братися до оцінювання ситуацій. Нижче наведено кілька ситуацій, відповідно до групи та її зацікавлень можна додати й інші обставини. Приклади ситуацій:

- Ви прокидаєтесь від того що вас облизує собака.
- Ви з другом / подругою пару тижнів обговорювали ідею молодіжної ініціативи у своїй громаді й раптом дізнаєтесь, що він / вона вже домовився / домовилася про її реалізацію з місцевою владою / громадською організацією.
- На вулиці дивна на вигляд людина намагається щось вам вручити.
- Ви несподівано дізналися, що ваш двір буде змінено в рамках планів з реконструкції.
- Сідаючи в потяг, ви усвідомлюєте, що переплутали й придбали квитки на іншу дату.
- Ви повернулись додому увечері, а на столі в кухні – всі ваші найулюбленіші страви.
- Вулицю, на якій ви вирости, перейменували в рамках декомунізації.

Після того, як учасники визначилися зі своєю позицією щодо кожної з ситуацій, тренер організує коротке обговорення всіх озвучених обставин. Необов'язково використовувати всі вищенаведені приклади, можна розширити чи змінити перелік, але орієнтуватися на динаміку та здатність групи продовжувати працювати. Важливо дати можливість озвучити думки щодо кожної обраної емоції. Якщо група, яка обрала ту чи іншу емоцію, надто велика, нехай від неї виступають окремі представники.

Ця вправа зазвичай викликає жваве обговорення та емоційні реакції. Тож завдання тренера — організувати обговорення таким чином, щоб усі думки були почуті, й не допустити знецінення. Наголосіть, що емоції індивідуальні, і якщо людина їх відчуває, жодна група, наказ чи тиск це не змінять.

Етап 4.

Якщо ця вправа викликала в учасників значну зацікавленість, то за наявності часу можна ознайомити їх зі схемою з Додатку 1. Її варто поетапно (починаючи з картки «Ситуація», завершуючи карткою «Цінності») розкласти на підлозі з відповідними коментарями. Використайте безпосередній досвід участі у вправі для ілюстрування описаного на схемі. Для спрощення наводимо схематичне пояснення:

- **Ситуація** – певна життєва подія на кшталт озвучених під час вправи, що викликає той чи інший емоційний стан.

- **Емоція+, Емоція–**. Звісно, емоції не мають такої градації, вони важливі для нас незалежно від того, наскільки нам подобаються ті чи інші відчуття. Наголосіть, що такий підхід — це своєрідне спрощення, але він допомагає розтлумачити важливі нюанси.

- **Інтереси / Потреби**. Наведіть учасникам тезу: «емоції — це суб'єктивне відображення об'єктивної потреби». Емоції допомагають нам з'ясувати, що саме зачіпає в тій чи іншій ситуації. Тут варто послатися на вправу «Айсберг».

- **Рішення**. Відповідно до почуттів і з'ясованих за їх допомогою інтересів ми визначаємо можливі рішення, дії в різних ситуаціях.

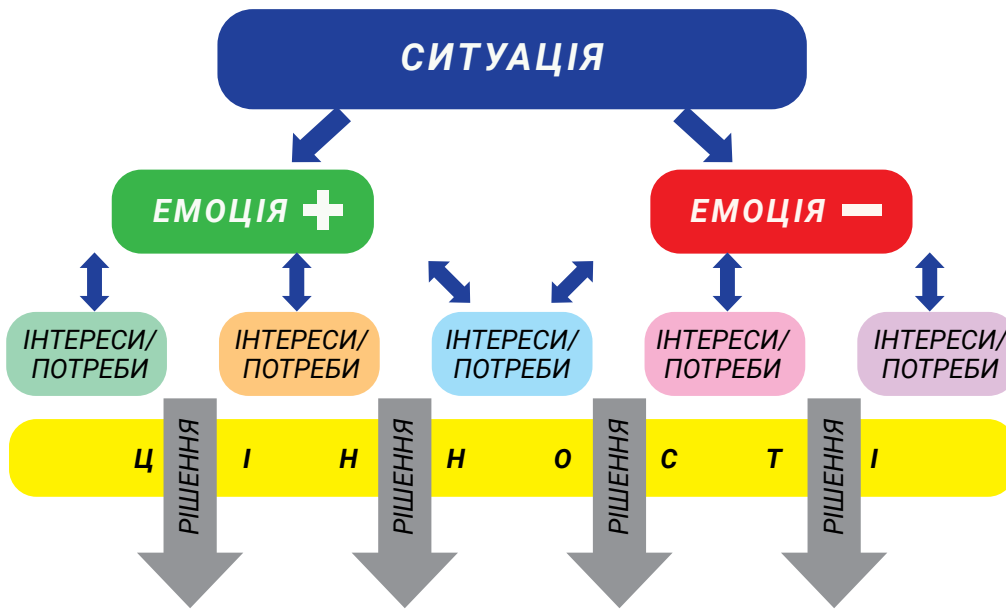
- **Цінності**. Перш ніж викладати цю картку, запитайте учасників, де саме розмістити її на схемі. Коротко обговоріть питання, і якщо учасники не зазначать правильного варіанту, розмістіть картку й поясніть, що цінності виступають своєрідною лінзою під час вибору варіантів дій.

Етап 5.

Після завершення вправи тренер пропонує учасникам обговорити новий досвід та ідеї, які в них виникли. Орієнтовні питання для дискусії:

- Що незвичного ви побачили під час виконання цієї вправи?
- Що викликало труднощі?
- Наскільки запропоновані моделі відповідають вашому досвіду?
- Чому, з вашої точки зору, нам так часто радять контролювати емоції? Чи це справді можливо?
- Які стратегії та підходи до роботи з емоціями допоможуть ефективно взаємодіяти під час складних, незвичних ситуацій?





Вправа «Факт / Судження / Емоції»



60 хв.



матеріали відсутні



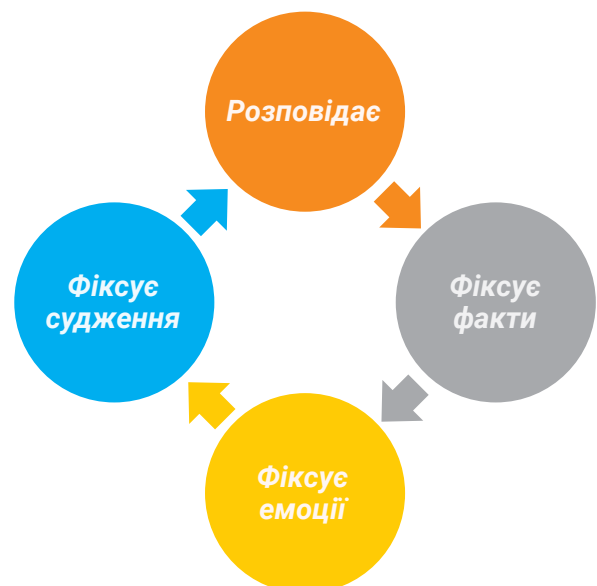
Мета і завдання:

ознайомити учасників із інструментами активного та емпатійного слухання, особливостями роботи з історіями інших.

Порядок проведення:

Етап 1.

Тренер ознайомлює учасників із перебігом вправи, зазначаючи, що вони будуть працювати у групах по 4 особи. Бажано, щоб усі групи склалися з 4 осіб, максимум одна група – з 3 чи 5. Якщо так не вдається, бажано (але лише за згодою групи) долучити до вправи когось із команди тренерів чи організаторів.



Ознайомте учасників/ць зі схемою роботи. Кожен / кожна з них мають на різних етапах виконувати різні функції й спробувати себе в усіх ролях. Робота в четвірках проходить у форматі своєрідних раундів: одна людина розповідає історію, друга фіксує факти, третя – емоції, четверта – судження. Після першої історії учасники стисло дають зворотній зв'язок, потім міняються ролями.

Етап 2.

Після пояснення специфіки вправи тренер дає групам час на підготовку – продумати історію, якою учасники хотіли би поділитись. Наголосіть, що це має бути конфліктна чи проблемна ситуація з особистого досвіду, яка досі викликає емоції. Зазначте, що задіяно принцип конфіденційності, історія не виноситиметься за межі групи, якщо учасник цього не захоче.

Організуйте простір так, щоб мінігрупам було комфортно спілкуватися в камерній атмосфері. Зазначте, що на одну історію та зворотній зв'язок виділяється близько 5 хвилин.

Етап 3.

Після виконання вправи в мінігрупах тренер організовує обговорення досвіду, інсайтів. Загальне обговорення важливо провести в спільному широкому колі. Орієнтовні питання для дискусії:

- Які відчуття виникали під час виконання вправи?
- На що звернули увагу, коли розповідали історію? На що, коли слухали? Що було складніше?
- Які з ролей далися найважче? Як гадаєте, чому?
- Що допомагало / заважало слухати / розповідати? • Що допомагало / що заважало слухати чи розповідати?

Етап 4.

Рандомно об'єднайте учасників у 3–4 мінігрупи й попросіть поділитися реакціями, діями, кроками, які мотивували їх слухати чи розповідати історії і які навпаки заважали ділитися ними, ефективно фіксувати. Організуйте коротку презентацію напрацювань груп та ознайомте учасників з визначенням активного слухання. Наголосіть на важливості цих інструментів як у повсякденному, так і у професійному житті, на тому, що саме ефективна комунікація, вміння й готовність слухати доволі часто стають основою для відносин, які можуть перерости у соціальну згуртованість.



Вправа «Архітектор»



45 хв.



Мета і завдання:

обговорити різні стилі та особливості комунікації, бар'єри, які можуть виникати під час передачі інформації; аспекти та дії, які спрощують сприйняття і взаємодію, і які навпаки її суттєво ускладнюють.



Матеріали:

роздрукований додаток (два примірники), ручки та папір для учасників, пов'язка на очі.

Порядок проведення:

Етап 1.

Тренер просить когось із групи виступити добровольцем для виконання вправи й передає цій особі малюнок так, щоб група не бачила. Водночас тренер має запам'ятати, як саме передав малюнок (книжкова / альбомна орієнтація, що саме намальовано згори), щоб на наступному етапі в такий самий спосіб передати його іншому добровольцю. Доброволець повертається спиною до групи й має описати зображення так, щоб група могла його намалювати на основі почутого. При цьому група працює мовчки і не має права ставити запитання чи переривати оповідача. Людина, яка описує малюнок, на власний розсуд обирає темп, послідовність і специфіку опису.

Етап 2.

Малюнок передається іншому добровольцю. Важливо, щоб це був не той самий аркуш, із яким працював попередній учасник. Група має бачити, що це інший аркуш. На цьому етапі доброволець стоїть обличчям до групи й має, як і попередник, описати зображення так, щоб група могла його відтворити. Тепер учасники можуть зупиняти оповідача, ставити уточнювальні запитання тощо, а оповідач має, своєю чергою, давати всі необхідні роз'яснення. При цьому демонструвати малюнок групі не можна.

Етап 3.

Група відповідає на запитання, чим саме відрізняються намальовані зображення. У частини учасників може виникнути відчуття, що вони малювали два різні малюнки. Після виконання другого етапу обидва малюнки одночасно демонструють групі для порівняння результатів роботи на обох етапах.

Етап 4.

Проводиться обговорення з групою. На цьому етапі тренер має максимально підтримати особу, яка описувала малюнок першою, не допустити звинувачень чи образ на її адресу. Орієнтовні питання до обговорення:

- На якому етапі було легше малювати? Чому?
- Чим відрізнялися два варіанти викладу?
- У яких ситуаціях в житті ви стикаєтеся з першим варіантом викладу, а в яких – із другим?

Етап 5.

Об'єднайте учасників у мінігрупи по 5–6 осіб. Нехай кожна група на основі набутого досвіду складе перелік того, що допомагало у взаємодії та виконанні завдання і що заважало. Максимально зорієнтуйте учасників на аналіз та виявлення закономірностей, а не обговорення персональних рис чи висунення звинувачень. Вони мають сформулювати лайфхаки, які можуть спростити передачу інформації, та чинники, які таку передачу унеможливають. Після того групи презентують свої напрацювання.

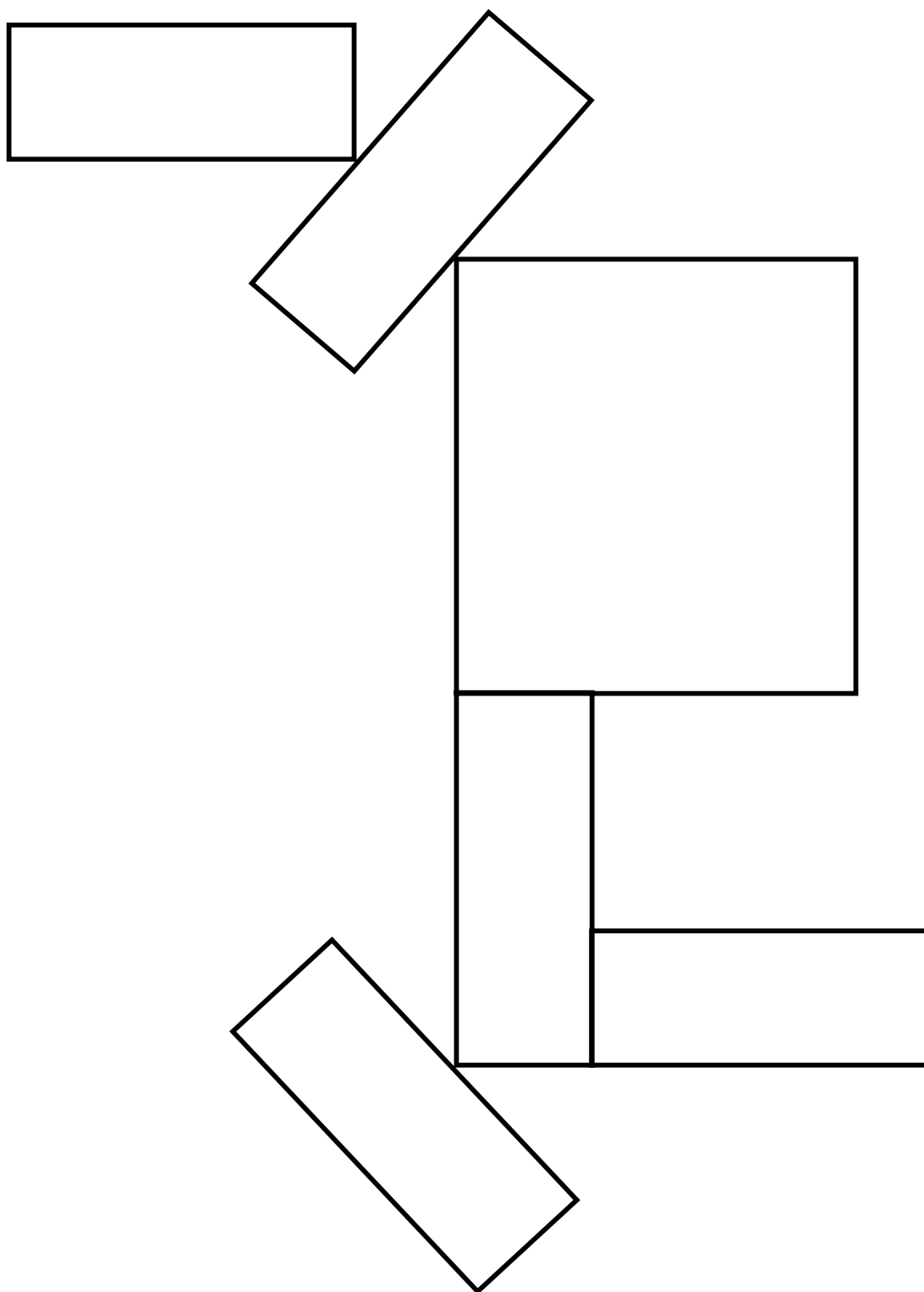
Примітки для тренера:

Під час дискусії можна обговорити відмінності в стилях викладу і бар'єри комунікації в оповідача і слухачів, використання або невикористання термінології, особливості й труднощі спілкування в положенні «спиною» і «обличчям», з наявністю чи відсутністю зворотного зв'язку тощо.

Важливо обговорити з учасниками, що результат залежить не лише від того, як оповідач передає побачене, але й від того, як кожен з нас сприймає й відображає почуте.

Крім того, наголосіть, що одну й ту саму картину, зокрема й «картину» будь-якого конфлікту чи проблемної ситуації люди описують по-різному. Варто обговорити з учасниками роль запитань у комунікації: наприклад, що заважає нам уточнювати й питати в разі потреби.





Вправа «Я-висловлювання»



45 хв.



Мета і завдання:

зрозуміти структурну та сутнісну різницю між Я-висловлюванням і Ти-висловлюванням, опанувати засоби вираження своїх емоцій, форми конструктивного висловлення інтересів та потреб.



Матеріали:

фліпчарт, маркери, роздаткові матеріали за потреби.

Порядок проведення:

Етап 1.

Спитайте учасників, чи чули вони про Ти-висловлювання і Я-висловлювання, стисло опишіть відмінності між ними. Найчастіше у міжособистісній комунікації, особливо в ситуації непорозуміння, використовуються «Ти-висловлювання». У такій формі ми висловлюємо людині своє невдоволення, звинувачуючи її, змушуючи захищатися, автоматично роблячи «опонентом». У такому разі другій стороні складно зрозуміти точку зору співрозмовника, оскільки її з самого початку перетворено на опонента. На противагу цьому формату варто застосовувати Я-висловлювання. Це психологічна техніка словесної реакції на дії іншої людини з акцентом на власних думках і почуттях. Насамперед воно має передати іншій людині ваше безоціночне ставлення до певного предмету, дії, ситуації.

Використовуючи Я-висловлювання, людина говорить передусім про свої наміри, бачення, стан і почуття, намагаючись не зачіпати і не звинувачувати оточуючих. Це дає змогу знизити гостроту конфліктної або проблемної ситуації, запобігає виникненню складнощів та допомагає обговорити проблему предметно.

Якщо ви маєте ґрунтовний фасилітаційний досвід та володієте навичками роботи з Я-висловлюванням, то можете пояснити тему на прикладі звернення безпосередньо до учасника/ці тренінгу. Важливо попередньо домовитися з людиною, що б це не було для неї несподіванкою. Спершу озвучте Ти-висловлювання, а тоді аналогічну ситуацію змалюйте через Я-висловлювання. Після демонстрації стисло обговоріть особливості, плюси та мінуси обох форм.

Етап 2.

Ознайомте учасників зі складниками Я-висловлювання: спостереження, почуття, інтереси / потреби та запит. Детально поясніть із прикладами кожен із цих складників:

- спостереження, опис конкретної ситуації, про яку ви хочете поговорити;
- почуття та емоції, які у вас виникають у зв'язку з нею;
- інтереси та потреби, які ця ситуація не дає реалізувати або зачіпає;
- запит – прохання про конкретні дії щодо покращення ситуації.

У додатку до вправи усі кроки деталізовано. Цей матеріал можна використати і як роздатковий.

У процесі пояснення бажано фіксувати кроки Я-висловлювання на фліпчарті. Надалі цей плакат варто розмістити на стіні й за потреби звертатися до нього під час гострих дискусій чи обговорень.



Етап 3.

Відпрацюйте цю техніку. Можна застосувати різні формати й підходи до роботи.

1. Залежно від групи, попереднього досвіду та знань учасників сформуєте короткий перелік можливих ситуацій, роздайте його учасникам. Вони мають написати відповідне Я-висловлювання, а потім озвучити та обговорити його в колі. Завдання тренера – коментувати й коригувати озвучені висловлювання, пояснюючи учасникам особливості їх застосування.

2. Розділіть учасників на дві шерехи, які стоять обличчям одна до одної. Щоб почати розмову / висловитися, їм потрібно зробити 1-2 кроки назустріч одне одному. Озвучивши Ти/Я-висловлювання, вони роблять крок назад. Відстань між парами має бути достатньою, щоб вони не заважали одне одному.

Ви озвучуєте певні ситуації і даєте учасникам 1-2 хв., щоб донести своє бачення спершу за допомогою Ти-висловлювання, а потім – за допомогою Я-висловлювання. Важливо робити це покроково. Тренер описує ситуацію та зазначає, яка з шерех буде висловлюватися щодо цього кейсу, а яка – слухати. За сигналом тренера учасники підходять одне до одного і виголошують Ти-висловлювання. Далі за сигналом тренера учасники роблять крок назад, відбувається швидке обговорення: що побачили, на які особливості звернули увагу. Потім процедура повторюється, але вже з Я-висловлюванням. Тепер можна побачити й обговорити різницю. Потім тренер оголошує нову тему, а шерехи міняються ролями: слухачі говорять і навпаки. Для спільного ґрунтового обговорення відмінностей між типами висловлювань та особливостями їх застосування достатньо опрацювати чотири ситуації.

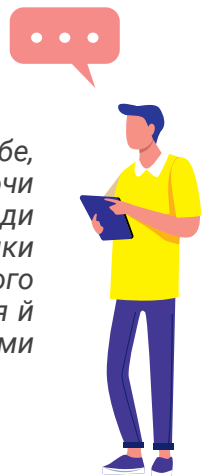
Додаток 1

Крок перший

Спостереження. Вважається, що спостереження без оцінки є найвищим втіленням людського інтелекту. Відповідно, наше завдання – відокремити спостереження від оцінки, а зрештою припинити оцінювати. Оцінка – це наше переконання чи судження щодо ситуації, яка є предметом до обговорення. Можна нагадати учасникам досвід виконання вправи «Драбина упереджень».

Крок другий

Почуття. Щоб висловити свої почуття, треба добре розуміти й усвідомлювати себе, володіти відповідним словниковим запасом. Чимало людей, навіть усвідомлюючи власні почуття, мають великі труднощі з їх висловленням. Важливо навести приклади основних помилок на цьому кроці. Наприклад, необхідно розрізняти почуття й думки (наприклад, відчуття, що колега вас недолюблює, є думкою), почуття й оцінки свого стану (наприклад, відчуття, що ви не маєте схильності до вивчення мов), почуття й оцінки реакції чи поведінки інших людей щодо вас (наприклад, відчуття, що вами маніпулюють, може насправді свідчити, що вас спровокували, використали).





Крок третій

Інтереси / потреби. Ви вже працювали з учасниками над цією темою, тож варто нагадати їм вправу «Айсберг» та актуалізувати знання з попередніх завдань. Наголосіть, що в основі сильних почуттів чи емоцій лежать наші незадоволені або невраховані інтереси й потреби. Що чіткіше ми ці інтереси та потреби висловлюємо, то більше шансів на їх реалізацію. Тож критично важливо зрозуміти, чому у вас виникли саме такі емоції в цій ситуації, про які саме інтереси чи потреби це може свідчити, і повідомити про них своєму візаві.

Крок четвертий

Запит. Це вже прохання про конкретні дії, необхідні для забезпечення нашого благополуччя, реалізації наших інтересів та потреб. Висловлюючи запит, необхідно дотримуватися низки умов. По-перше, озвучувати запити свідомо. Прохання має бути висловлене чітко й зрозуміло, щоб слухач не сумнівався, що саме має зробити, якщо погодиться його задовольнити. Бо якщо ми просто висловимо свої почуття, друга сторона може й не зрозуміти, що від неї потрібно. По-друге, прохання має бути сформульоване в позитивному ключі, не як заборона чи жорстка вимога без пояснень. По-третє, прохання має бути персоналізованим, індивідуальним, окреслювати почуття конкретної людини, її, а не групові інтереси й потреби.

Вправа «Про культуру через карти»



45 хв.



Мета і завдання:

допомогти учасникам зрозуміти особливості різних культур спілкування, різних соціальних протоколів і практик, досягнути, як ці підходи проявляються безпосередньо у взаємодії між нами. Вправа допомагає зрозуміти процес формування спільноти та правил взаємодії у ній, навчає відкритості до розмаїття й толерантності.



Матеріали:

столи для кожної з команд, роздруковані й розкладені на столах інструкції, колода карт на кожний стіл.

Порядок проведення:

Етап 1.

Підготувати зал – стіл, стільці та колоди карт для кожної команди (мінімум 4

команди по 5–6 осіб). Тренер та учасники повинні мати можливість вільно пересуватися між столами. Важливо пересвідчитися, що всім учасникам комфортно грати в карти. В силу різних обставин для когось гра в карти може бути неприйнятною практикою. Тренер має обговорити це питання з групою, і в разі відмови когось із учасників від гри запропонувати йому взяти участь у ролі дослідника / спостерігача. Тренер має запобігти осуду, тискові на таку особу з боку інших учасників.

Етап 2.

Учасники об'єднуються в групи по 4–6 осіб і розташовуються за окремими столами. Кожна група отримує колоду карт і правила гри. Учасникам дають кілька хвилин для ознайомлення з правилами і пробної гри. Важливо наголосити й контролювати в процесі гри: учасники не можуть спілкуватися словами, промовленими чи написаними (писати ручкою чи в месенджері не можна). Коли учасники будуть готові, перед початком гри слід забрати правила зі столів, запам'ятавши, які саме правила були на тому чи іншому столі. Можливо, це знадобиться під час обговорення.

В основу вправи покладено картярську гру «Дурень», доповнену кількома непередбаченими правилами. Гравці в різних командах не знають про них. Це дає змогу позначити різні культурні та комунікаційні норми.

Етап 3.

Наприкінці першої чи на початку наступної гри тренер переводить одного або кількох учасників за інші столи. Це робиться мовчки, без пояснень: просто просите людину пересісти за інший стіл. Якщо учасник/ця хоче взяти з собою карти або речі – не перешкоджайте, як і в разі, якщо група вимагає, аби учасник/ця залишив/ла свої карти. Нехай самі залагоджують ситуацію. Головне – не втрачати час. Постарайтесь запам'ятати, кого і з якими «ресурсами» (картами) ви переводили, надалі під час обговорення це допоможе проаналізувати стратегії поведінки груп у разі, коли до них приєднуються люди з «ресурсом» і без.

За допомогою переміщення учасників за інші столи спровокуйте ситуації, які допоможуть більш глибоко й комплексно проаналізувати вправу. Зокрема:

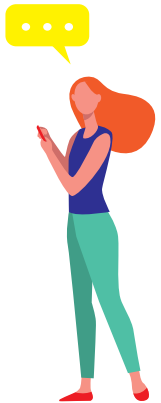
- Пересаджуйте учасників із ресурсами (картами) та без них і відстежуйте, як поводитися ті чи інші столи. Під час обговорення потрібно дуже обережно й тактовно проаналізувати цей досвід.
- Після кількох змін складу учасників за столами сформуйте як мінімум один стіл, за яким залишився тільки один гравець, ознайомлений з правилами саме цього столу. Не менш цікавий досвід – коли в результаті переміщень більшість за якимось столом становлять представники іншого столу.
- Пробуйте переміщувати як учасників, які тільки починають чергову партію, так і тих, що вже близькі до перемоги.

Етап 4.

Тренер сам вирішує, коли зупинити гру. Важливо не закінчувати доти, доки учасники не відчули розчарування, не засмутилися і не спробували неконструктивно вийти із ситуації.

Етап 5.

Тренер має бути готовий, що для учасників цей досвід виявиться вкрай некомфортним, тож мусить ретельно й виважено підійти до обговорення результатів і уважно стежити за перебігом гри за кожним зі столів.



Ця вправа відзначається емоційністю й може виявитися складною і навіть не дуже безпечною для учасників. Тож від тренера вимагається такт в організації обговорення, акцент на правилах і принципах заходу, допомога у налагодженні взаєморозуміння між учасниками.

Під час дебрифінгу можна провести дискусію на різних рівнях.

Комунікаційний рівень

1. Як ви почувалися, граючи за своїм столом? А коли вас перевели за інший? Чи легко було дотримуватися правил?
2. Чи нагадує вам те, що відбувалося за столами, ситуації з реального життя? Які саме?
3. Як гадаєте, в чому причина проблем і труднощів, що виникали під час вправи? Як ви намагалися їх подолати?
4. Чи підштовхнула вас ситуація за столом до пошуку шляхів розв'язання проблем?

Структурний рівень

1. Як ви діяли, коли до вас сідав хтось з іншого столу? Чи намагалися долучити його до групи, пояснити правила, чи людина залишалася спостерігачем? (Важливо уточнити, чи збігається бачення групи з баченням того, кого до неї пересадили).
2. Що відбувалося, коли ви розуміли, що ті, хто починав гру за цим столом із визначеними правилами, лишилися за цим самим столом у меншості? А що відбувалося за столом, де склад гравців оновився повністю або зібралася більшість із представників іншого столу?
3. Чи зробили ви щось, що позитивно вплинуло на хід гри? Чи зробили ви щось, що вплинуло негативно?

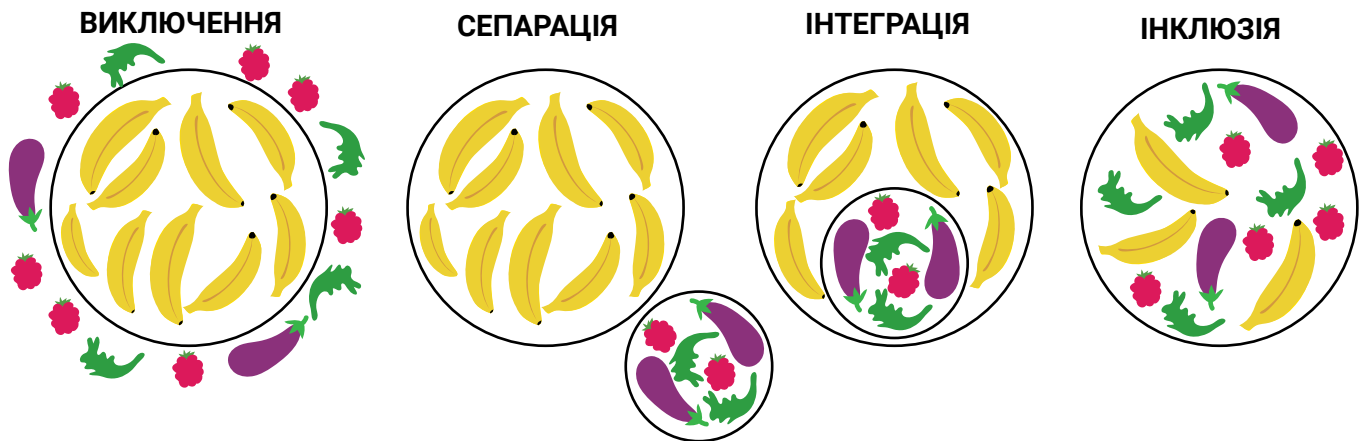
Дискусія на структурному рівні має дати привід скористатися роздатковими матеріалами й показати учасникам відмінності між інклюзією, інтеграцією, сепарацією та виключенням. Схему можна намалювати на фліпчарті чи показати на слайді. Після цього можна запускати третє коло обговорення: втілення цих практик у житті молоді. Як молоді люди бачать і відчують ці практики, чи помічають випадки виключення або інклюзії, чи розуміють особливості культури та комунікації, їх вплив на формування того чи іншого ставлення до різних людей та груп.

Примітки для тренера:

- Під час обговорення бажано постійно посилатися на схему з вправи «Драбина упереджень» та її механізм. Так можна уникнути персональних звинувачень у «неправильності реакцій».
- Оцінивши стан групи після обговорення, варто провести якусь вправу, що наснажить емоційно і згуртує: енерджайзер або просто обійми.
- Залежно від рівня групи можна організовувати дискусію на кількох рівнях.

Перший, базовий, рівень стосується комунікаційної складової набутого досвіду. Ключові питання: що допомагало, що заважало нормально комунікувати та включати людей. Другий рівень дає можливість проаналізувати ситуацію потрапляння до зовсім іншої культури. Питання: наскільки це впливає на структурування спільнот і соціуму. Третій рівень передбачає не лише аналіз вправи, але й рефлексію щодо умов та простору життя учасників: чи помічають вони випадки дискримінації та утисків, що, з їхньої точки зору, варто робити, що вони можуть зробити в таких ситуаціях.





Виключення — брак участі або цілеспрямоване виключення людей / груп із основних видів діяльності суспільства, системна відсутність у індивідів низки прав, обмеженість доступу до інституцій, які розподіляють ресурси, що призводить до розриву соціальних зв'язків, зменшення участі, доступу та солідарності.

Сепарація — дистанціювання від чужої культури за умови збереження ідентифікації тільки зі своєю культурою.

Інтеграція (від лат. *integratio* — поповнення, відновлення) — об'єднання будь-яких елементів в одне ціле, а також поєднання та координація дій різних частин цілісної системи; процес взаємного зближення і взаємодії окремих структур. Ситуація ідентифікації себе як із власною, так і з новою культурою.

Інклюзія (з англ. — долучення до будь-кого або до будь-чого) — забезпечення умов для того, щоб усі без обмежень та утисків мали змогу брати участь у житті суспільства як рівноправні члени, яких поважають і які роблять свій внесок у розвиток громади й соціуму.

Додаток 2

Правила гри

Правила гри в карти

1. Забороняється спілкуватися мовою (говорити, писати, друкувати та чатитись).
2. Ваш козир — чирва.
3. Усі ходять до партнера зліва.
4. Починає гру наймолодший.
5. Виграє той, у кого залишилося найменше карт на кінець раунду.
6. Програє той, у кого залишилося найбільше карт на кінець раунду.
7. «Старшинство» карт: найстарший туз-король-дама-валет-10-9-8-7-6.

Правила гри в карти

1. Забороняється спілкуватися мовою (говорити, писати, друкувати та чатитись).
2. Ваш козир — піка.
3. Усі ходять до партнера зліва.
4. Починає гру найстарший.
5. Виграє той, у кого залишилося найменше карт на кінець раунду.
6. Програє той, у кого залишилося найбільше карт на кінець раунду.
7. «Старшинство» карт: найстарша 6-7-8-9-10-валет-дама-король-туз.

Правила гри в карти

1. Забороняється спілкуватися мовою (говорити, писати, друкувати та чатитись).
2. Ваш козир – бубна.
3. Усі ходять до партнера справа.
4. Починає гру хлопець.
5. Виграє той, у кого залишилося найменше карт на кінець раунду.
6. Програє той, у кого залишилося найбільше карт на кінець раунду.
7. «Старшинство» карт: найстарший туз-король-дама-валет-10-9-8-7-6.

Правила гри в карти

1. Забороняється спілкуватися мовою (говорити, писати, друкувати та чатитись).
2. Ваш козир – хрест.
3. Усі ходять до партнера справа.
4. Починає гру дівчина.
5. Виграє той, у кого залишилося найбільше карт на кінець раунду.
6. Програє той, у кого залишилося найменше карт на кінець раунду.
7. «Старшинство» карт: найстарша 6-7-8-9-10-валет-дама-король-туз.

Правила гри в карти

1. Забороняється спілкуватися мовою (говорити, писати).
2. Ви обираєте собі козир на кожен раунд.
3. Усі ходять до партнера справа.
4. Починає гру людина з найдовшим ім'ям.
5. Виграє той, у кого залишилося найбільше карт на кінець раунду.
6. Програє той, у кого залишилося найменше карт на кінець раунду.
7. «Старшинство» карт: найстарший туз-король-дама-валет-10-9-8-7-6.



Ресурс «Медіаграмотність»



Вступ

Із сучасними засобами масової комунікації дедалі більше конкурують не тільки блогери, лідери думок, але й звичайна аудиторія, яка також долучається до створення інформаційних повідомлень. Унаслідок цього зростають і загострюються медійні загрози, адже такий стан медійного простору полегшує діяльність прихованих гравців – ботів, тролів, іноземних агентів впливу та кіберактивістів, які втручаються в інформаційний порядок денний, спотворюючи сприйняття реальності.

З огляду на все вищенаведене сучасний інформаційний простір настільки перенасичений, що відрізнити правдиву інформацію від брехні та виявляти численні медіазагрози пересічна молода людина майже не в змозі.

Тож медіаграмотність стає важливою умовою критичного мислення та безпечного існування людини в інформаційному й загалом життєвому просторі. Адже нині неможливо уявити собі бодай день життя поза медійним полем.

Найактуальнішою медіаграмотність є для молоді як активного користувача інформаційних технологій та споживача контенту. Молоді люди не лише споживають контент, але й, опановуючи різні формати та інструменти цифрового світу, починають його наповнювати власноруч створеним вмістом. Саме тому один із модулів посібника присвячено медіаграмотності. Цей ресурс допоможе зберегти або вибудувати зв'язки й попри відстані забезпечити почуття належності.

Модуль містить три змістові частини:

- принципи функціонування та фінансування ЗМІ;
- фейкові новини та інструменти протидії;
- емоційні впливи та поведінкові моделі реагування на фейковий і деструктивний контент.

Модуль є комплексом практичних та інтерактивних індивідуальних і групових вправ. Надзвичайно важливо, щоб тренер пояснив учасникам змістові компоненти й теоретичні принципи функціонування медіа, ефекти фейкової інформації тощо. Основне завдання тренера – роз'яснення, демонстрація прикладів, модерація роботи учасників та спільне з учасниками формулювання висновків до кожної вправи.

У модулі окреслено низку ключових для висвітлюваної теми понять.

Дезінформація – зумисне творення або розповсюдження фейкової чи маніпулятивної інформації, що має на меті обманути чи дезорієнтувати певну аудиторію, завдати їй політичних, персональних або фінансових збитків. Якщо йдеться про незумисні дії, відсутність шкідницьких намірів, уживається термін «місінформація».

Фейк – навмисно спотворене або повністю вигадане повідомлення. Ознаками ймовірної фейкової інформації можуть бути: емоційний заголовок, опис приголомшливих подій, використання емоційної лексики, яка підштовхує аудиторію до певних висновків, відсутність доказів (посилань на джерела інформації,

офіційних підтверджень, фактів). Фейки можуть подаватися в різних форматах, створюватися за допомогою різних технологій та з різною метою. Ознакою фейкової інформації є креативність підходів до її створення. Фейкові історії яскраві, емоційні та часто драматичні. Можна виділити кілька типів: змістові (фактичні) подробиці, фотофейки, відеофейки, фейкові експерти та герої, підроблені офлайн-заходи, які реалізуються з метою подальшого висвітлення в медіа (інформаційні операції).

Маніпуляція в медіа – техніка цілеспрямованого викривлення інформації заради формування певного погляду, ставлення до тієї чи іншої проблеми / особи / явища. Маніпуляція в медіа тісно пов'язана з пропагандою.

Пропаганда – форма комунікації, що має на меті вплинути на ставлення суспільства до певної проблеми / ситуації / явища. Передбачає застосування маніпулятивних технік. Пропаганда є цілеспрямованою, тобто йдеться не про випадкову помилку чи неточність, а саме про спрямовану комунікаційну тактику певних сил. Особливості пропаганди: регулярний характер, масовість, використання візуальних знаків і символів (як у випадку з політичною пропагандистською символікою).

Окремо в модулі розглянуто питання журналістських стандартів. Загальновідомо, що журналіст має надавати людям правдиву й достовірну інформацію за допомогою всебічного відображення об'єктивної реальності. **Ці стандарти фактично мають стати своєрідним чеклістом, до якого ви повертатиметеся разом з учасниками під час роботи над ресурсом. Зокрема це:**

- **Баланс думок і точок зору;**
- **Оперативність подачі інформації;**
- **Достовірність інформації (наявність посилань на джерела);**
- **Відокремлення фактів від коментарів та оцінок;**
- **Точність подачі інформації;**
- **Повнота інформації.**

У рамках модуля тренер заохочує учасників до активної роботи, коригує відповіді, відповідає на запитання та підсумовує завдання. Для проведення вправ із цього ресурсу тренер має володіти знаннями та навичками з медіаграмотності, також йому стануть у пригоді розуміння стандартів журналістики, типів фейків та принципів перевірки інформації.

Вправа-розминка «Інформаційне сміття»



20 хв.



Мета і завдання:

допомогти учасникам усвідомити різноманіття каналів, платформ, джерел інформації; наочно продемонструвати складність аналізу інформації, виявлення правдивих / істинних повідомлень через велику кількість гравців в інформаційному просторі.



Матеріали:

фліпчарт (дошка), додаток до вправи з прикладами інформаційних повідомлень, магніти або скотч для фіксування паперу на дошці.

Порядок проведення:

Перед початком тренінгу намалюйте на дошці / фліпчарті два кошика. На одному напишіть слово trash (сміття), а на іншому – treasure (скарб). Угорі аркуша запишіть тему (інформаційний привід), який слугуватиме прикладом у цій вправі. Пропонується розглянути тему «Локдаун». Заздалегідь роздрукуйте на окремих картках приклади інформаційних повідомлень, із якими працюватимете (Додаток 1).



Етап 1.

Поясніть учасникам, що фактично кожний інформаційний привід активно висвітлюється й обговорюється в інформаційному просторі, але далеко не вся інформація є корисною та сприяє всебічному розумінню суті проблеми.

Попросіть учасників по черзі витягнути один із папірців, зачитати вголос інформаційне повідомлення, яке на ньому надруковане, назвати його джерело та прикріпити до того кошика, куди, на їхню думку, варто його відправити – до сміття чи до скарбів. Вагоме, актуальне й корисне повідомлення потрібно закріпити на кошику зі скарбом, непотрібне та відволікаюче – відправити у сміття.

Обираючи, учасники мають керуватися такими критеріями:

1. актуальність і важливість повідомлення;
2. інформативність (наповненість корисним змістом);
3. корисність інформації для висвітлення чи розв'язання проблеми.

Етап 2.

Коли всі інформаційні повідомлення будуть закріплені на дошці, поясніть учасникам, що сьогодні в інформаційному просторі функціонує чимало каналів та медіагравців, які беруть активну участь у створенні й розповсюдженні інформації. Це телебачення, радіо, газети, онлайн-медіа, соціальні мережі, блоги. І далеко не всі повідомлення є важливими та корисними.

Етап 3. Обговорення

Запитайте, які ще повідомлення, крім названих, можуть з'являтися в інформаційному просторі.

Серед них можуть бути: побутові чутки, рекламні оголошення, жарти в телевізійних ток-шоу тощо. Тож ми перебуваємо в нескінченному потоці інформаційного шуму, який суттєво ускладнює розуміння істини.

Виходячи зі щойно обговорених прикладів, запропонуйте учасникам дискусію з таких питань:

- Які проблеми / ризики постають перед аудиторією у зв'язку з таким розмаїттям інформації?
- Свобода слова чи «інформаційний бруд»?
- Що може захистити аудиторію від шкідливого контенту та зберегти право на вільне висловлювання?

Додаток 1

КАРАНТИН ЗИМОВИХ КАНІКУЛ 3 8 ДО 24 СІЧНЯ 2021 РОКУ (ОНОВЛЕНО)

ЩО БУДЕ ПІД ЗАБОРОНОЮ

- Відвідування закладів освіти будь-якої форми власності, крім дитячих садочків
- Робота кафе, барів, ресторанів (крім доставки та роботи на винос)
- Проведення всіх масових (розважальних, спортивних, соціальних, рекламних та інших) заходів
- Робота ТРЦ (окрім роботи в них суб'єктів господарювання зазначених у винятках «Що дозволяється»)
- Приймання відвідувачів закладом культури і проведення культурних масових заходів
- Приймання відвідувачів спортивними залами, фітнес-центрами та робота басейнів
- Робота суб'єктів господарювання у сфері торговельного і побутового обслуговування населення (окрім винятків зазначених в частині «Що дозволяється»)
- Робота непродовольчих ринків (робота продовольчих ринків буде дозволена з обмеженнями)

ЩО ДОЗВОЛЯЄТЬСЯ

- Робота громадського транспорту, міжміське та міжнародне авто-, авіа- та залізничне сполучення
- Торгівля продовольчими товарами
- Торгівля лікарськими засобами, виробами медпризначення та ветпрепаратами
- Торгівля засобами гігієни, засобами зв'язку та кормами для тварин
- Торгівля побутовою хімією та друкованою пресою
- Технічне обслуговування та ремонт авто
- Робота АЗС (без зон харчування)
- Робота фінансових установ (банків)
- Робота поштових операторів
- Робота перукарень та салонів краси (за попереднім записом)
- Робота готелів (зони спільного харчування в них працюватимуть лише з 6:00 до 11:00)
- Спортивні заходи професійних клубів без глядачів

Кабінет Міністрів України

1.

10 грудня 2020 р. о 14:48

Січневий локдаун. Уряд вкотре переглянув дату запровадження локдауну в Україні. Після тривалих дискусій в Кабміні відмовилися від непопулярної ролі "викрадачів Різдва" та перенесли карантин на 8-24 січня. Та чи справді є у ньому потреба? Чи базується вибір цієї дати на епідеміологічному прогнозі чи локдаун вирішили запровадити "аби було"? Кому заборонять працювати, а кому - ні? Чи буде карантин невідворотнім та чи буде ефективною допомога бізнесу від держави? Чи не стануть обмеження простою імітацією протиепідемічних заходів? Як готується Україна до кампанії з вакцинації проти COVID-19? Чи справді на окупованих територіях приховують справжню статистику захворюваності на коронавірус? Про все це говоримо сьогодні у програмі ПРАВО НА ВЛАДУ.

У дискусії візьмуть участь: голова комітету з питань здоров'я нації, медичної допомоги та медичного страхування Михайло Радущкий, заступник міністра розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства Тарас Качка, лідер партії «Голос» Кіра Рудик, співиголова фракції «Європейська солідарність» Ірина Герашенко, народний депутат, «Опозиційна платформа - За життя» Нестор Шуфрич, головний редактор інтернет-порталу "РБК-Україна" Сергій Щербина, власник медичного бізнесу Олексій Давиденко.

На включення до нас долучається редактор Дмитро Борисов, координатор Кримської правозахисної групи Ольга Скрипник, засновник сайту «Новости Донбасса», редактор телеканалу «Дом» Олексій Мацука, філолог з Анкари Марина Грабовська.

Початок о 21.45. Обов'язково дочекайтесь!


2.

15 грудня 2020 р. о 13:31

Чи варто запроваджувати локдаун, закрити ресторани та інший бізнес - з 8 по 24 січня?

Пишіть своє бачення в коментарях

ЧИ ВВАЖАЄТЕ ПОТРІБНИМ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЛОКДАУНУ, ЗАКРИТТЯ РЕСТОРАНІВ І ІНШОГО БІЗНЕСУ З 8 ПО 24 СІЧНЯ?



ЗАЧИНЕНО

Так Ні Інший варіант

fb/lev.parkhaladze

3.

19 грудня 2020 р. о 19:43

Поспішив Щмигаль. Локдаун треба робити ще пізніше, у лютому. Тоді вже всі і так лежать вдома авітоміозом та зимою. Все одно ніякого бажання виходити на вулицю немає.

556 19 коментарів 1 поширення

Та давайте вже після свят! Великодніх

4.

18 грудня 2020 р. о 17:08

«Локдаун, локдаун...» — шепочуть новини,
А вірш на ялинку вивчає дитина,
А ще повторити потрібно колядку,
До рідних сходити, дадуть шоколадку...
Але в інтернеті гуляють розмови,
Що на вихідні карантин буде знову...
А діти чекають усі Миколая.
Нехай не хворіє, хай маску вдягає.
Несе подарунки у кожну родину,
Де свята чекає маленька дитина,
«Я віршику вивчу і слухатись буду,
Нехай усі люди здоровенькі будуть!
Бо як же колядку співати у масці?!
Бабусю відвідати знову не вдасться...
Тому, Миколаю, скажи для Ісуса,
Що я за усіх дуже-дуже молюся.
Щоб мама, і тато, і друзі у школі
Про той карантин більш не чули ніколи!»
...
А вечір тривожно у дім заглядає,
Де свята з надією кожен чекає...

© Катя Сорока

6.

7 грудня 2020 р. о 09:55

Щось таке поговорюють, що з 2 січня в Україні можуть ввести локдаун. На цілих три тижні. Від Нового року до самого Водохреща... Коротше, запасайтесь антисептиком...



АНТИСЕПТИК

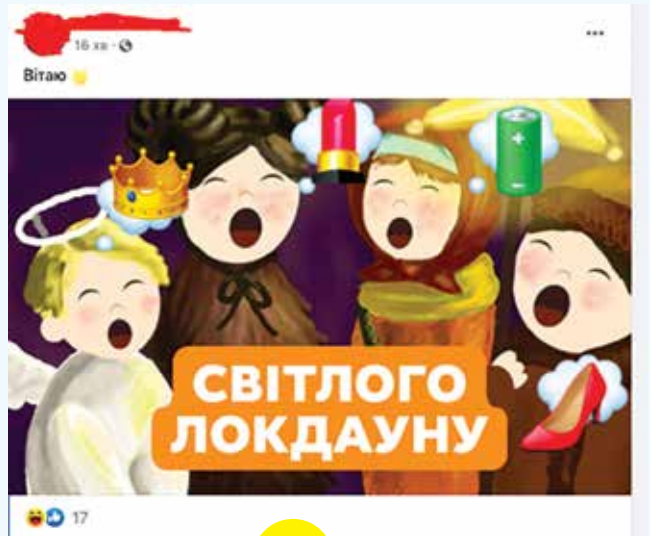
ЩО ЗІГРІВАЄ СЕРЦЯ

15 коментарів 33 поширення

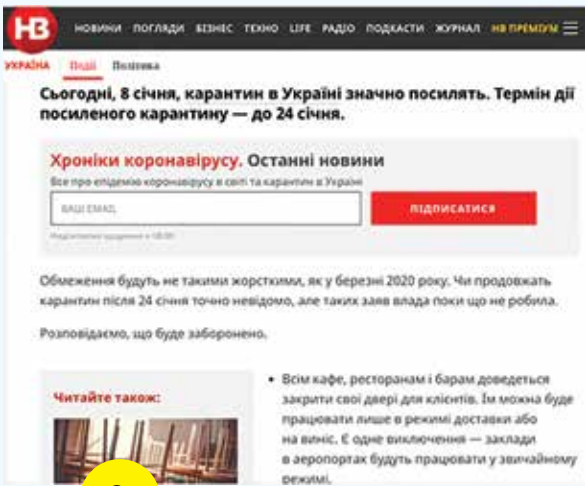
5.



7.



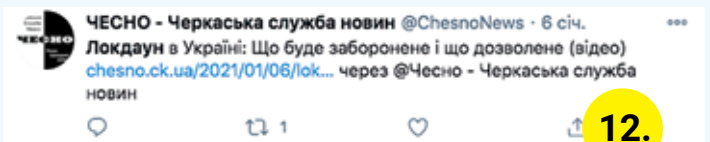
8.



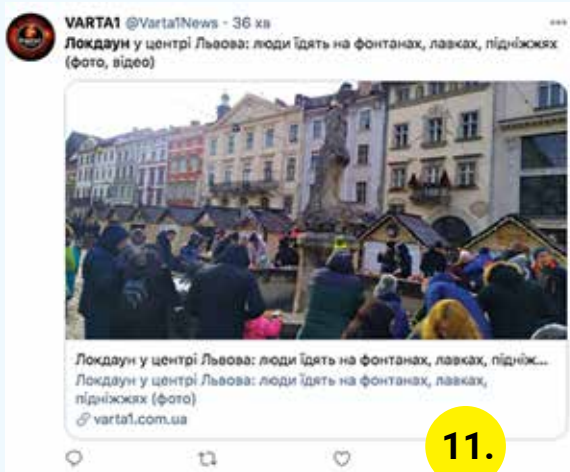
9.



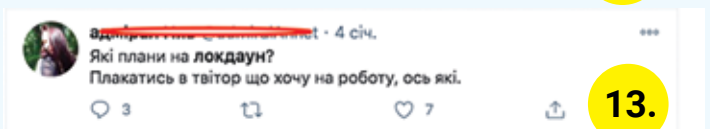
10.



12.



11.



13.



14.

ЕСПРЕСО НОВИНИ ТЕКСТИ ВІДЕО **КОРОНАВІРУС** ЗАХІД

Підписатися | Поділитися | Твитт

МОЗ вирішило послабити карантин у січні 2021 року через прогнозоване одночасне зростання захворюваності на грип та коронавірус

Про це заявив міністр охорони здоров'я Максим Степанов у програмі "Свобода слова Світлана Шустера", повідомляє "Сьогодні".

За його словами, введення локдауну з 8 до 25 січня зумовлене прогнозами щодо зростання кількості хворих на COVID-19, а також на грип.

"Ми дивилися по наших розрахунках, як буде зростати кількість хворих. Факт того, для нас було важливо провести плановий суворий карантин до кінця січня. Адея наприкінці січня - на початку лютого у нас починється зростання кількості хворих на грип. Це епідеміологічне закономірність, але такі самі ускладнення, як і COVID-19, пов'язані з гвинтомікром - і це додаткове навантаження на нашу медичну систему. Тож нам треба підійти з мінімально можливыми цифрами захворюваності на COVID-19", - сказав Степанов.

- За минулу добу, 11 грудня, в Україні було підтверджено 12 871 випадок захворювання на коронавірус

15.

МЕДІА ГРУПА **ОБ'ЄКТИВ** Об'єктивна Співпраця Вступити Сувільшити Сказати Випустити Все

ПОНЕДІЛКА, 08.01.2021 14:14:05 +2:00 UTC 26.4 101.34.85

Пассажирам по-прежнему придется соблюдать масочный режим.

В случае введения локдауна, поездка дальнего и пригородного назначения будут курсировать, как обычно. Об этом сообщила пресс-служба компании "Укрзалізниця".

При этом в поездах будут соблюдаться противоэпидемические меры, а пассажиры будут ехать в масках.

Напомним, что локдаун может быть введен с 8 по 24 января. Если в Украине введут локдаун с 8 января, харьковским младшеклассникам обещают продлить каникулы.

Также сообщалось, что харьковчанам не нужно запасаться лапшонками и спичками на период локдауна. Министр здравоохранения Степанов назвал недостоверной информацию об ограничениях на продажу бытовых товаров.

Хочешь первым узнать новости Харькова, Украины и мира?

Подписывайся на Telegram-канал: t.me/objektiv, Viber-канал: <https://viber.ly/objektiv> или Instagram: [instagram.com/objektiv_tv](https://www.instagram.com/objektiv_tv)

Автор: Сергей Ларев

16.

INSHE.TV ГЛАВНАЯ ПОЛИТИКА ЭКОНОМИКА ОБЩЕСТВО КУЛЬТУРА ВИДЕО ПРОЕКТЫ АРХИВ О НАС РЕКЛАМА

Главная > Видео > вы здесь

В Николаеве ФОПы вышли протестовать против локдауна (ФОТО и ВИДЕО)

19:38 08.01.2021

Сегодня, 8-го января, в Николаеве проходит воукраинская акция предпринимателей против локдауна с 8-го по 24-е января.

По этому случаю у Николаевской ОГА собрались представители бизнеса с плакатами и обращениями на имя Президента Владимира Зеленского и Кабинета.

Об этом сообщает корреспондент inshe.tv.

С собой предприниматели принесли флаги #ЗАВЕСОП и плакаты с надписями: «Результат локдауна – умереть бизнес и экономика», «ФОПы не рабы», «Хотим работать – не мешайте!», «Работа наше законное право по Конституции» и другие.

17.

Жорсткий локдаун може вплинути на психічний стан громадян. Кількість психічних розладів різного типу збільшаться, але є шляхи боротьби з ними.

Про це в ефірі "Україна 24" розповів клінічний психолог Олег Чабан.

За його словами, обмеження потрібно впроваджувати на тривалий час і робити їх суворішими. Тільки тоді це вплине на поширення коронавірусу.

“Потрібно закінчувати елементарний пофірм у населення в голові, що цього можна уникнути, "шліфувати" алкоголь. Я за три і навіть за чотири тижні локдауну. Тоді він дійсно буде ефективним. Я розумію, що уряд має ухвалювати рішення щодо бізнесмена, компанії, але це моя лікарська позиція”, - заявив Чабан.

Він зазначив, що люди під час карантину можуть отримати різні психічні розлади.

“Я консультую пацієнтів, які розглядаються своїми емоціями, в тому числі не те, що вони бояться захворіти або вже захворіли, а сидять в ізоляції. Ця тема не нова, її

18.

24 НОВИНИ

НОВИНИ УКРАЇНИ 24 МІЖНАРОДНІ НОВИНИ НОВИНИ ПОЛІТИКИ

НОВИНИ ЕКОНОМІКА LIFESTYLE ЗДОРОВ'Я СПОРТ ТЕХНО ОБСІТ

"Порятунок від шкарпеток та колготок": як супермаркети в Україні дотримуються локдауну

8 січня 2021, 12:08 5321 Читати новину на руському

В Україні у п'ятницю, 8 січня, стартував зимовий локдаун. У крамницях та супермаркетах заборонили продавати низку товарів. Таке рішення уряду обурило українців.

19.

УКРАЇНА 24 СУСПІЛЬСТВО ВЛАДА ГРОШІ У СВІТІ ІНТЕРВ'Ю ВІДЕО КАРТА ПОКРИТТЯ СЛОВО

Чи варто уваги? Іти з друзями?

Кабінет міністрів на позачерговому засіданні 5 січня вирішив розширити список товарів, дозволених до продажу під час локдауну в Україні.

Про це в ефірі телеканалу "Україна 24" повідомив народний депутат від "Слуги народу", представник Кабміну у Верховній Раді Василь Мокан.

"На позачерговому засіданні Кабміну сьогодні рішення щодо нових дат локдауну приймалося. За ініціативи голови МОЗ Максима Степанова було конкретизовано перелік товарів, які можуть підпадати під заборону продажу на час локдауну. Було надана можливість продажу побутової хімії та друкованої преси. Ці зміни МОЗ сьогодні додав до списку товарів, які можна придбати", - заявив "слуга народу".

Читайте також: [Локдаун в Україні: економіст розповів, що буде з цінами на продукти](#)

20.

Вправа «Золотий стандарт»

Адаптовано за: Посібник для тренерів «Навчання медіаграмотності громадян» //IREX-Україна, 2015



40 хв.



Мета і завдання:

ознайомити учасників із основними журналістськими стандартами, навчити аналізувати публікації в медіа на предмет порушення або дотримання професійних стандартів, проаналізувати можливі причини та наслідки порушень професійних стандартів журналістики.



Матеріали:

фліпчарт, маркери, папір для групової роботи.

Порядок проведення:

Етап 1.

Розкажіть учасникам, що таке журналістські стандарти, якими вони є. Розтлумачте шість основних журналістських стандартів. Поясніть, чому дотримання професійних стандартів є важливим для кожного медіафахівця.

Примітки для тренера:

Стандарти журналістики:

Журналіст має надавати людям правдиву та достовірну інформацію, всебічно висвітлюючи об'єктивну реальність. Низка провідних українських медіаорганізацій на основі міжнародного досвіду (засад редакційної політики таких світових ЗМІ, як BBC, Reuters, AFP) визначили шість основних стандартів роботи журналіста:

1. Баланс думок і точок зору.

Передбачає всебічне висвітлення події. Матеріал має містити всі відповіді на питання, що розкривають зміст повідомлення (Що? Хто? Де? Коли? Як? Чому?).

2. Оперативність подачі інформації.

Передбачає оперативність висвітлення події. Будь-яка затримка може свідчити про приховування інформації.

3. Достовірність інформації (наявність посилань на джерела).

Означає необхідність наведення в матеріалі всіх ідентифікованих та офіційних джерел інформації. Перевірка джерел інформації є одним із найважливіших завдань журналіста.

4. Відокремлення фактів від коментарів та оцінок.

Означає максимальну незаангажованість журналіста. Коментарі та суб'єктивні точки зору мають бути відділені від фактів.

5. Точність подачі інформації.

Передбачає повне висвітлення фактів, коректне цитування та використання архівів, наявність підписів, титрів, уточнень.

6. Повнота інформації.

Передбачає представлення всіх фактів та інформації з тієї чи іншої теми. Слід навести всі вагомні деталі й контекст, подати повноцінну картинку з місця події, пояснити цифри й статистику (за наявності).

Етап 2.

Проілюструйте новиною зі ЗМІ можливі порушення стандартів. Як приклад порушення професійних стандартів пропонується розглянути новину онлайн-видання «Справжня варта» від 16 квітня 2015 року (див. Додаток 1).

Прочитайте її разом з учасниками, а потім запропонуйте спільно заповнити заздалегідь підготовану Таблицю стандартів на дошці або фліпчарті (див. Додаток 2) Під час заповнення таблиці поясніть, що в новини не дотримано такі стандарти:

1) Баланс думок і точок зору. У матеріалі немає збалансованої подачі інформації, представлено емоційне враження однієї особи (сторони).

2) Достовірність. У матеріалі відсутні офіційні підтвердження (посилання) та факти про подію (коментарі поліції, представників тролейбусного депо, свідчення водія, постраждалого та пасажирів тощо). Пост у соціальній мережі, на якому побудований весь матеріал, не є офіційним джерелом інформації.

3) Відокремлення фактів від коментарів та оцінок. Як уже зазначалося, в матеріалі не наведено офіційних підтверджень, а факти в описі події замінено на емоційні судження однієї особи – журналістки Ірини Цебермановської, яка також не була свідком події.

4) Точність. Як зазначено вище, авторка матеріалу не була свідком події, а відсутність посилань на достовірні джерела та фактів змішує сумніватися в точності наданої інформації.

5) Повнота інформації. Можна вважати, що цей стандарт також не дотримано, адже в матеріалі відсутні докази, а замість фактів подано емоційні судження однієї особи. Також слід наголосити, що текст містить мову ворожнечі та негативно забарвлену лексику, що є грубим порушення журналістських стандартів.

Окремо слід звернути увагу на заголовок. Поясніть, що формулювання «Шокуючий інцидент в Дніпропетровську: бійця АТО виштовхали з тролейбуса» викликає у аудиторії негативні емоції – лякає, насторожує, обурює. Це типовий зразок клікбейту.

Клікбейт (англ. clickbait від click «кляцання» + bait «наживка») – інформація (текст новини або заголовок), що підштовхує читача натиснути на посилання. Як відомо, кількість заходів читачів за посиланням сприяє просуванню сторінки та її монетизації. По суті, клікбейт – це маніпуляція, яка спонукає аудиторію активніше взаємодіяти зі сторінкою.

Етап 3.

Розділіть учасників на чотири групи, видайте кожній групі Таблицю стандартів (Додаток 2) із прикладом новини та попросіть учасників проаналізувати її й визначити й занести в таблицю, які журналістські стандарти порушені, а які дотримані. Після групової роботи учасники презентуватимуть свої висновки.

Етап 4.

Підсумуйте доповіді учасників і запропонуйте коротку дискусію за такими питаннями:

1. Чому порушуються журналістські стандарти?
2. Які наслідки такі порушення мають для аудиторії?

Поради. Модеруючи дискусію, звертайте увагу учасників на те, що журналістські стандарти порушуються з різних причин, а саме:

- непрофесійність журналістів (невміння перевіряти та якісно подавати інформацію, звичка готувати свої повідомлення виключно на основі пресрелізів або передруків із інших сайтів);

- навмисне, замовне спотворення інформації через порушення професійних стандартів (так звана джинса);
- редакційна політика та загальні етичні й професійні норми в журналістському колективі.

Якісні видання високо цінують репутацію та довіру своєї аудиторії, тому намагаються уникати таких порушень.

Зауважте, що кожна редакція може створити власний кодекс стандартів. Найвідоміший такий звід правил — професійні стандарти BBC. Запропонуйте учасникам поміркувати, які правила, будучи журналістами, вони запровадили б у своїй редакції і чому.

Додаток 1

Шокуючий інцидент в Дніпропетровську: бійця АТО виштовхали з тролейбуса

Четвер, 16 квітня 2015, 12:54

Останіле стадо ватників виштовхало з тролейбуса воїна АТО, який повернувся в рідне місто. Свої ганебні дії вони супроводжували криками «Бандера! Вбивця! Виродок!».



Про цю ганебну подію написала на своїй Facebook сторінці дніпропетровська журналістка Ірина Цебермановська. Ірина працює в міській газеті «Лица», і написала цей пост із слів її рідної сестри, що стала мимовільним свідком події.

«Уперше мені соромно за Дніпропетровськ. Мені подзвонила молодша сестра, яка побачила, як в 20-му тролейбусі стадо ватників з прокляттями виштовхали з салону воїна АТО», - з обуренням пише Ірина.

Що сумно, водій тролейбуса ніяк не втрутився в ситуацію і проігнорував інцидент.

«Ось вам і «Бандерівський Дніпр», любі друзі!» - із сумом підрезюмувала свій пост Ірина Цебермановська.

Ірина Цебермановська / Анной Сагаровой

Текст для аналізу

Шокуючий інцидент в Дніпропетровську: бійця АТО виштовхали з тролейбуса

Останіле стадо ватників виштовхало з тролейбуса воїна АТО, який повернувся в рідне місто. Свої ганебні дії вони супроводжували криками «Бандера! Вбивця! Виродок!». Повідомляє сайт «Восточний дозор».

Про цю ганебну подію написала на своїй Facebook сторінці дніпропетровська журналістка Ірина Цебермановська. Ірина працює в міській газеті «Лица», і написала цей пост із слів її рідної сестри, що стала мимовільним свідком події. «Уперше мені соромно за Дніпропетровськ. Мені подзвонила молодша сестра, яка побачила, як в 20-му тролейбусі стадо ватників з прокляттями виштовхали з салону воїна АТО», - з обуренням пише Ірина.

Що сумно, водій тролейбуса ніяк не втрутився в ситуацію і проігнорував інцидент. «Ось вам і «Бандерівський Дніпр», любі друзі!» – із сумом підрезюмувала свій пост Ірина Цебермановська.

Додаток 2

1. Баланс думок і точок зору
2. Оперативність подачі інформації
3. Достовірність інформації
4. Відокремлення фактів від коментарів та оцінок
5. Точність подачі інформації
6. Повнота інформації

Варіанти завдань для груп учасників:

1.



Текст для аналізу

Олдскул-махач по-волинськи: пенсіонерку покарали за брутальну бійку

<https://volyn.tabloyid.com/zhit-tia/oldskul-mahach-po-volins-ki-pensionerku-pokarali-za-bru-talnu-biiku>

У Нововолинську біля під'їзду побилися бабусі. У однієї – зламана ключиця, а в іншої – штраф.

Дві сусідки пенсійного віку посварилися в Нововолинську. Після словесного батлу в хід пішли кулаки. Одна з жінок схопила іншу за одяг і штовхнула на металеві двері. Потерпіла втратила рівновагу і впала. У неї зламана ключиця і забій м'яких тканин, інформує БУГ з посиланням на вирок Нововолинського міського суду.

Обвинувачена бабуся каже, потерпілу не штовхала. Однак свідки розповіли, що невдовзі після інциденту у натовпі біля ринку жінка казала, начебто «забила» сусідку. Суд визнав стареньку хуліганку винною, але у зв'язку з віком не призначував покарання. Тому жінці доведеться сплатити майже 23 тисячі гривень штрафу. Гроші покрийть витрати на лікування потерпілої, а також моральну шкоду.

Зразок виконання вправи

Насамперед слід звернути увагу на клікбейтний заголовок, який привертає увагу аудиторії, має іронічне забарвлення та підкріплений таким самим фото (іронічним, веселим). По суті, ця новина не має жодного змісту й значення. Важливість теми сумнівна, а наведені факти, докази та свідчення неповні, неконкретні й досить сумнівні.

1. Баланс думок і точок зору	Дотримано. Присутня позиція обвинуваченої, свідків.
2. Оперативність подачі інформації	Важко оцінити, адже в повідомленні немає інформації, коли саме відбулася бійка.
3. Достовірність інформації	Порушено. Достовірність інформації сумнівна, адже посилання веде не на саме судове рішення, а на інший сайт. Наводяться свідчення виключно анонімних свідків. Відсутні коментарі та підтвердження з боку поліції, лікарів тощо.
4. Відокремлення фактів від коментарів та оцінок	Дотримано. Автори публікації відокремлюють факт (бійки) з посиланням на ресурс БУГ від коментарів свідків та обвинуваченої. Але слід також зауважити, що наведено нечисленні факти.
5. Точність подачі інформації	Порушено. В матеріалі немає конкретики й уточнень.
6. Повнота інформації	Порушено. У повідомленні не наведено повної інформації про те, хто саме, де й коли вчинив бійку. Наводяться свідчення виключно анонімних свідків, відсутні коментарі та підтвердження з боку поліції, лікарів тощо.

2.

На Львівщині дівчина подарувала коханому форму прикордонника, щоб той міг злитися зі справжніми та потрапити у Польщу

П'ятниця, 24 липня 2020, 12:01

Поділитися Подписатися



Учора, під час патрулювання ділянки відділу "Рава-Руська" наряд охоронців кордону виявив чоловіка, у схожому на їхній камуфляжі.

Текст для аналізу

На Львівщині дівчина подарувала коханому форму прикордонника, щоб той міг злитися зі справжніми та потрапити у Польщу

<https://forpost.lviv.ua/novyny/30705-na-lvivshchyni-divchyna-podarovala-kokhanomu-formu-prykordonnyka-shchob-toi-mih-zlytysia-zi-spravzhnimy-ta-potrapyty-u-polshchu>

Учора, під час патрулювання ділянки відділу "Рава-Руська" наряд охоронців кордону виявив чоловіка, у схожому на їхній камуфляжі.

Прикордонники Львівського загону рушили перевірити що то за "колега" йде неквапом в бік Польщі, повідомляє Державна прикордонна служба України.

Чоловік виявився громадянином Латвії. Каже, камуфльований одяг йому подарувала його дівчина-українка. Спроба скористатися подарунком коханої, щоб непомітно обійти пункт пропуску, провалилася.

На "хитруна" прикордонники оформили адмінпротокол за спробу незаконного перетинання державного кордону України. Крім того, під час огляду речей псевдовійськового, знайшли пакетик з сіро-зеленою речовиною. Інформацію про виявлене у латвійця "зілля" надали співробітникам Нацполіції для реагування за компетенцією.

3.

Печінка тріски як засіб від коронавірусу

23.04.2020 15:38

Ми у соцмережах:

Facebook Instagram Messenger WhatsApp Telegram



Текст для аналізу

Печінка тріски як засіб від коронавірусу

<https://rivnepost.rv.ua/news/pechinka-triski-yak-zasib-vid-koronavirusu>

Речовини, що в ній містяться, особливо потрібні організму в період пандемії COVID-19. Адже, за словами медиків, вживання печінки тріски сприяє зміцненню імунітету і захисту верхніх дихальних шляхів. У печінці тріски міститься значна кількість омега-3 жирних кислот. За рахунок цих сполук знижується рівень «поганого» холестерину, що захищає організм від серцево-судинних захворювань. Корисний цей продукт і для кісткової системи. Річ у тім, що печінка тріски – джерело вітаміну D. Крім того, вживання продукту знижує ризик розвитку цукрового діабету першого типу в дітей. Це пояснюється високим вмістом риб'ячого жиру. Вживання печінки тріски сприяє підтриманню роботи імунної системи (за рахунок вітаміну A), захисту від інфекцій і запальних процесів (завдяки вітамінам A і D, а також омега-3 жирних кислот). Продукт корисний і при артриті, тому що елементи, які містяться в ньому, допомагають пом'якшити хворобливі відчуття. Печінка тріски ефективна і в плані захисту від депресії. При її вживанні знижується рівень стресу й тривожності.

4.



Текст для аналізу

Дві відри опеньків стали жертвами озброєної ножем волинянки

<https://www.volyn.com.ua/news/167494-dvi-vidri-openkiv-staly-zhertvamy-ozbroienoi-nozhem-volynianky-foto>

Волинянка Оксана Авдійчук похвалилася у Facebook трофеями, здобутими під час тихого полювання.

«Цуманське перехрестя. 19.11.2020. Пів години – два відра», – підписала світлими мисливиця за грибами.

Вправа «Медіадиректор»



25 хв.



Мета і завдання:

продемонструвати принципи фінансування медіаорганізацій та монетизації контенту, простежити взаємозв'язок між джерелами фінансування та контентною моделлю редакції; сформувати у молоді розуміння економічних причин та витоків можливих медіавпливів та дезінформації.



Матеріали:

фліпчарт, маркери, папір для групової роботи.

Порядок проведення:

Етап 1.

Перед виконання вправи запитайте в учасників, чи платять вони за інформацію, яку отримують із медіаресурсів. Якщо так, то як саме?

Поясніть, що медіавиробництво коштує дуже дорого. Залежно від типу медіа вартість одиниці контенту може сягати сотень тисяч гривень. Як відомо, найвитратнішим є телебачення. Щоб відзняти телевізійне шоу, необхідно витратити кошти на технічне обладнання, роботу персоналу (операторів, монтажерів, режисерів, ведучих

тощо), адміністративних працівників, гримерів, декораторів та ін. Але звичайний телеглядач не сплачує за перегляди програм. Те саме можна сказати й про радіо чи вебсайт. Тож за рахунок яких коштів існують медіа?

Етап 2.

Поділіть учасників на 4 групи по 5 осіб. Завдання кожної групи – продумати й запропонувати можливі способи фінансування конкретного типу медіа.

1 група – телебачення;

2 група – радіо;

3 група – інтернет-видання;

4 група – друкована газета.

Групи мають представити свої пропозиції у вигляді коротких презентацій.

Приклад виконання вправи:

Група 1. Телебачення

- кошти від комерційної рекламної діяльності;
- кошти від політичної реклами
- інвестиції власника;
- грантові проекти;
- просування контенту на онлайн-платформах (монетизація YouTube).

Етап 3.

Після презентацій учасників стисло розкажіть, що сьогодні будь-яке медіа – це бізнес, орієнтований на прибуток. Фінансується він переважно з таких джерел:

1) кошти від реклами;

2) винагорода за виготовлення замовного контенту (політичного, комерційного або соціального) у формі нативної реклами або джінси;

3) фінансова підтримка з боку держави, меценатів, грантових фондів, компаній або певних комерційних груп;

4) кошти від цифрової монетизації (рекламна діяльність на платформі YouTube);

5) оплата контенту від аудиторії.

Етап 4.

Знову попросіть учасників розділитися на 4 групи. Вони мають обговорити, які небезпеки приховують різні джерела фінансування. Кожна група отримає окремий тип джерела фінансування для аналізу. Результати обговорення необхідно записати для подальшої загальної презентації.

1 група – кошти від реклами.

2 група – державне фінансування.

3 група – фінансова підтримка власників, меценатів.

4 група – фінансування за рахунок грантів.

Етап 5.

Учасники презентують результати групових досліджень, потім усі присутні їх обговорюють.

Етап 6. Обговорення-рефлексія

Обговоріть з учасниками, чи можливі об'єктивні, незалежні медіа.

Питання для обговорення:

- Що може допомогти у створенні незалежного та незаангажованого медіа, якому можна довіряти?
- Хто має контролювати ЗМІ?
- Як можуть фінансуватися ЗМІ?

Примітки для тренера:

Під час дискусії наголосіть на тому, що жодна форма фінансування не є досконалою. Якщо медіа фінансується державою, то є великий ризик впливу влади на його контент, а також існує можливість цензури.

Власники так само дбають про власні потреби та впливають на зміст своїх медіапродуктів – рекламують себе, просувають свої інтереси.

Фінансування виключно за рахунок реклами часто перетворює видання або телеканал на «кольоровий базар», де інформаційні повідомлення розмиваються в потоці рекламних оголошень.

Єдиний спосіб створити сприятливі умови для роботи видання та впливати на його зміст – фінансова підтримка аудиторії, тобто регулярна оплата глядачами та читачами споживаного контенту. У світі успішно практикують передплату та фінансування медіа аудиторією, однак в Україні такі підходи, на жаль, не дуже розповсюджені.

Вправа «Блогер»



20 хв.



Мета і завдання:

сформувати уявлення про принципи монетизації блогосфери; показати учасникам зв'язок між алгоритмами монетизації, змістом блогів та способами взаємодії з аудиторією; надати можливість самостійно створити та презентувати відеоблоги (за наявності технічного ресурсу та доцільності).



Матеріали:

ноутбук, проектор для демонстрації фрагментів відеоблогів.

Порядок проведення:



Етап 1.

Проведіть коротку дискусію-рефлексію за такими питаннями:

1. Які в учасників улюблені відеоблогери і чому?
2. Якби учасники вирішили створити свій відеоблог (можливо, уже створили), якій темі він був би присвячений?
3. Для кого саме був би призначений їхній блог (описати цільову аудиторію)?



Етап 2.

Після обговорення продемонструйте фрагмент (нарізку) відео відомих блогерів (див. Відеододаток), попросіть учасників проаналізувати звернення блогерів до аудиторії. Посилання на нарізку відео: <https://cutt.ly/9nIE9UQ>

Питання до обговорення:

1. Які заклики використовують блогери?
2. Які технології вони застосовують для привернення уваги аудиторії?



Поясніть, чому сучасні блогери намагаються сподобатися аудиторії, створюючи яскраві, неординарні та креативні відео, спонукають взаємодіяти, закликаючи підписуватися на канал, ставити лайки та коментувати відеосюжети.

Причина – прагнення конвертувати увагу аудиторії у прибуток. Що більша аудиторія переглядає блог, то більший прибуток отримує його автор. Тому блогери й намагаються в різний спосіб захопити увагу глядачів – емоційно зачіпаючи, шокуючи та провокуючи. Часто блогерські відео можуть містити небезпечний контент.

Наприклад, щоб отримувати прибуток на власному YouTube-каналі, потрібно забезпечити як мінімум 4000 годин перегляду та 1000 підписників за останні 12 місяців. Кількість переглядів, лайків та коментарів є запорукою успішної монетизації і в мережі TikTok.



Етап 3. Обговорення-рефлексія

Запропонуйте учасникам таку тезу: сьогодні лише на платформі YouTube працює величезна кількість блогерів, які мають багатомільйонну аудиторію. Та якщо діяльність журналістів підпорядковується певним стандартам і юридичним нормам, то хто або що контролює блогерів?

Так, кожна соціальна мережа, зокрема й відеоплатформа YouTube, керується певними правилами безпеки та етики. Та хоча жорстокий, образливий, шкідливий контент і спам відстежуються й видаляються, все ж блогери мають велику свободу та вплив на аудиторію. Проте не завжди поради та інформація з блогерських сторінок є достовірними й безпечними. Іноді небезпека криється у геть несподіваному контенті.



Етап 4.

Попросіть учасників розділитися на 3 групи. Кожна група отримує незакінчене речення. На першому етапі гри кожен учасник самостійно дописує його. На цю роботу виділяється 5 хв. Після того всі члени групи об'єднують свої пропозиції в одне речення.

Речення для 1 групи: Я довіряю блогеру, якщо...

Речення для 2 групи: Я можу перевірити інформацію блогера в такий спосіб: ...

Речення для 3 групи: Якщо блогер надає сенсаційну та емоційну інформацію, це означає...



Етап 5.

Команди об'єднуються і презентують свої узагальнені спільні тези. Тренер коментує результати та підбиває підсумки.

Порада:

З досвіду роботи з молодіжними центрами радимо запропонувати учасникам додаткові активності. За наявності часу й технічної можливості (смартфонів, інтернету, Wi-Fi) запропонуйте учасникам записати короткий фрагмент власного відеоблогу (до 1,5–2 хв.) на тему міжрегіональних обмінів.

Важлива умова: зміст повідомлення має бути оригінальним, цікавим. Учасники можуть розповісти про місто / регіон, який представляють, та поміркувати про особливості населеного пункту, до якого завітали. Заохотьте учасників привернути увагу аудиторії не провокативними закликами, а цікавою особистою історією.

У підсумку можна влаштувати показ-презентацію, обговорення блогів із їх подальшою публікацією на ресурсах молодіжного центру (сторінках у соціальних мережах, сайті тощо).

Вправа «TV, якому я довіряю»

Адаптовано за:
Посібник для тренерів «Навчання медіаграмотності громадян» //IREX-Україна, 2015



25 хв.



Мета і завдання:

сформувати в учасників уявлення про власників українських телевізійних каналів та взаємозв'язок між формами власності й трансльованим контентом; надати коротку інформацію про власників центральних українських медіахолдингів.



Матеріали:

фліпчарт, папір для роботи, маркери, проєктор, презентація.

Порядок проведення:

Етап 1.

Запропонуйте учасникам самостійно скласти список телеканалів, із яких вони або їхні родині найчастіше отримують інформацію та яким довіряють. Після завершення самостійної роботи попросіть їх на деякий час відкласти записи.

Етап 2.

Розділіть учасників на 2 команди. Змодельуйте таку ситуацію.

Група 1. Власник м'ясокомбінату та мережі продуктових магазинів Іван Іваненко вирішив балотуватися на посаду мера свого міста. Напередодні виборів він оголосив про придбання місцевого телевізійного каналу.

Учасники – експертна група комісії з медіаетики, якій потрібно з'ясувати:

- Які справжні мотиви та мета в бізнесмена;
- Чи можливі зміни в редакційній політиці каналу? Якщо так, які саме?
- Чим утілення задумів бізнесмена Іваненка загрожує аудиторії каналу?

Група 2. Власник місцевих автозаправок вирішив придбати єдину в місті радіостанцію.

Учасники – експертна група комісії з медіаетики, якій потрібно з'ясувати:

- Що має на меті ця особа й чому вирішила придбати саме цю радіостанцію?
- Яких змін у редакційній та рекламній політиці можна очікувати?
- Які ризики для аудиторії тягне за собою зміна власника радіостанції?

Етап 3.

Кожна команда фіксує відповіді на ці питання й представляє їх у вигляді короткої презентації. Спільно з учасниками проаналізуйте наміри «героїв».

Примітки для тренера:

Наголосіть, що медіа, хоч і є насамперед бізнесом, на жаль, не відзначаються прибутковістю. Особливо це стосується надзвичайно дорогого телебачення, всі витрати якого неможливо покрити за рахунок самої реклами. Часто телеканали утримуються частково за рахунок власників (бізнесгруп). В Україні всі телеканали, за винятком UA Суспільного, є чиеюсь власністю.

Власником медіахолдингу StarLightMedia, до якого належать телеканали СТБ, «Новий», ICTV, M1, M2, є олігарх Віктор Пінчук.

Медіахолдингом «1+1», до якого входять телеканали «1+1», «2+2», ТЕТ, «Плюс Плюс», 1+1 International, «Бігуді», володіють олігархи Ігор Коломойський та Ігор Суркіс.

«Медіагрупа України» (телеканали «Україна», «НЛО ТВ», «Індіго», «Футбол 1», «Футбол 2») належить Рінату Ахметову.

Власниками Inter Media Group та її телеканалів «Інтер», «Мега», K1, K2, НТН, «Ентер фільм», «Піксель», ZOOM, «Інтер+» є Дмитро Фірташ та Сергій Львовичкін.

Телеканали ZIK, NewsOne, 112, які в результаті санкцій РНБО припинили діяльність у лютому 2021 року, формально належали Тарасу Козаку, але відомо, що неформальним власником був бізнесмен і депутат проросійської опозиційної партії ОПЗЖ Віктор Медведчук.

Власником «5 каналу» та каналу «Прямий» є Петро Порошенко.

Телеканал 24 належить меру Львова Андрію Садовому (записаний на його дружину Катерину).

Отже, фактично весь телевізійний простір України розподілений між олігархами, боротьба та інтереси яких чітко позначаються на контенті каналів.

Найяскравіше це проявляється під час виборів. За даними Незалежного моніторингу висвітлення в медіа президентської виборчої кампанії в Україні, реалізованого коаліцією громадських організацій, понад половина політичних новин та новин на виборчу тематику на телеканалі NewsOne (неформальний власник Віктор Медведчук) у прайм-тайм стосувалися «Опозиційної платформи – За життя», і 63% з них висвітлювали цю партію в позитивній тональності.

Аналогічна ситуація характерна для всіх телеканалів.

За даними того самого моніторингу, під час виборів головні телеканали країни так розподілили свої симпатії: «1+1» (власник Ігор Коломойський) підтримував кандидата Володимира Зеленського; «Прямий» та «5 канал» (власник Петро Порошенко) просували Петра Порошенка.

Тож говорити про незалежність та незаангажованість українських телеканалів не можна.

Джерела:

Перший проміжний звіт за результатами незалежного моніторингу висвітлення в медіа президентської виборчої кампанії в Україні: http://www.cje.org.ua/sites/default/files/library/1st%20interim%20report_UKR.pdf.

Як олігархи розділили телеєфір України: https://biz.censor.net/resonance/3133637/yak_olgarhi_rozdilili_teleefr_ukrani.

Етап 5.

Попросіть учасників повернутися до записів, які вони зробили на початку вправи, дописати імена власників телеканалів і проаналізувати їх можливий вплив на зміст телепрограм.

Підсумкова вправа-обговорення до блоку «Я – агент медіаграмотності»



15 хв.



Мета і завдання:

підсумувати знання з першої частини модуля «Медіаграмотність» (принципи функціонування та фінансування медіа); навчити учасників логічно аргументувати причини можливих медіавпливів на аудиторію; сформувати розуміння важливості медіаграмотності та інформаційної гігієни.



Матеріали:

дошка / фліпчарт, маркери.

Порядок проведення:

Етап 1.

Озвучте учасникам таку тезу: всім нам іноді доводиться вступати в дискусію щодо правдивості й достовірності інформації з нашими батьками та друзями. Запитайте, які аргументи вони навели б своїм близьким, якби довелося пояснювати, чому не можна сліпо довіряти медіа. Озвучені учасниками ідеї запишіть на дошці або фліпчарті та на їх основі підбийте фінальні підсумки.

Приклади аргументів учасників:

- Медіа — це бізнес, функціонування якого часто залежить від комерційних цілей.
- Медіа можуть мати власників, які з різних причин впливають на зміст повідомлень.
- Головна «здобич» медіа та соціальних мереж — це увага аудиторії, тому нас намагаються «дивувати», «шокувати», «провокувати» та обманювати, надаючи неправдиву й надмірно емоційну інформацію.
- **Медіапродукти** — це штучно створені одиниці контенту, які можуть використовуватися з маніпулятивною метою (надавати неповну інформацію, некоректні цифри / статистику, підмінити факти судженнями, представляти лише одну точку зору, залякувати заголовками, надавати свідчення підставних героїв та несправжніх експертів тощо).
- Сучасні технології дають змогу підробляти фото- та відеоконтент (домальовувати, обрізати, монтувати).

Етап 2.

Запитайте в учасників, чому, на їхню думку, люди довіряють неправдивим повідомленням більше, ніж раціональним поясненням.

Примітки для тренера:

Орієнтовна відповідь на це запитання така: неправдива маніпулятивна інформація викликає в аудиторії потужні емоції, які притупляють критичне, раціональне мислення. Коли людина переживає сильні почуття (страх, радість, здивування), їй важко доносити раціональні фактологічні аргументи та докази.

Вправа-розминка «Правда — неправда»



15 хв.



матеріали
відсутні



Мета і завдання:

продемонструвати учасникам приклади неправдивої інформації, надати можливість самостійно виявити правду й неправду; проаналізувати поняття «фейк, фейкова інформація», визначити його ознаки та особливості впливу; обговорити з учасниками, чому фейкову інформацію важко виявити і як можна їй протидіяти.

Порядок проведення:

Етап 1.

Для розминки запропонуйте учасникам відгадати, які з озвучених повідомлень правдиві, а які — фейкові. Щоразу коментуйте правильність відповіді.

Примітки для тренера:

Запитання для учасників можна зачитувати або виводити на слайдах презентації.

1) У Миколаївському зоопарку поселилася унікальна тварина газелебик (правда).

Такіни (газелебики) внесені до Червоної книги. Парнокопитні ссавці родини порожнисторогих, виявлені на густозарослих теренах Східних Гімалаїв. У 2016 році такий ссавець справді з'явився в Миколаївському зоопарку.

2) Мережа 5G поширює коронавірус (фейк).

Інформація про загрози 5G та зв'язок із пандемією є конспірологічною теорією, поширюваною з метою дезінформації, і не має нічого спільного з реальністю. Міжнародна комісія з захисту від неіонізуючого випромінювання (ICNIRP) провела тривале дослідження, яке показало, що жоден тип радіохвильового випромінювання, яке використовується для мереж 5G, не становить жодної небезпеки для здоров'я. Технологія стільникового зв'язку п'ятого покоління (5G) почала впроваджуватися в усьому світі в 2019 році. Вона передбачає більшу пропускну здатність і набагато швидшу передачу даних, до 10 гігабайт на секунду, що приблизно в 100 разів швидше, ніж нинішня технологія 4G.

3) У Франції передбачено кримінальне покарання для тих, хто назве свиню Наполеоном (правда).

У Франції існує заборона називати тварин королівським ім'ям.

4) Коронавірус переноситься комахами (фейк).

Мухи та комарі не переносять коронавірус, як повідомило Міністерство охорони здоров'я з посиланням на матеріали UNICEF Україна. «Принаймні за всю епідемію Covid-19 немає жодного підтверженого випадку захворювання через цих комах», – розповіли в МОЗ.

5) Коронавірус може розповсюджуватися через каналізацію (правда).

Національний інститут охорони здоров'я Італії (ISS) виявив коронавірус у зразках стічних вод двох великих міст на півночі країни – Мілана й Турина. Також американські вчені вивчали можливі шляхи поширення коронавірусної інфекції, що провокує хворобу COVID-19, і запустили дослідницьку програму Viobot, яка повинна допомогти у визначенні небезпек, пов'язаних зі стічними водами. Вчені з'ясували, що коронавірус може передаватися через каналізацію.

6) Вчені з NASA довели неземне походження ікони Діви Марії Гваделупської (фейк).

В українському сегменті Facebook поширювалась інформація про те, що «космічне агентство NASA опублікувало результати наукових досліджень, проведених із іконою Божої Матері Гваделупської». Нібито вчені довели, що ікона має властивості живої людини: зіниці реагують на світло, температура тканини становить 36,6° C і навіть прослуховується пульс. Насправді NASA не проводило жодних досліджень із цією іконою, а інформацію було спростовано фактчекерами.

7) У Бельгії заборонили грати взимку в сніжки (правда).

Такий закон був ухвалений 2019 року у Вінгені, Ліхтервельді та кількох інших комунах Фландрії. Місцева влада прирівняла гру в сніжки до жбурляння каменюк. Порушникам загрожує штраф у €100.

8) Фото та відео NASA – «підробка», Земля «пласка», а висадки на Місяць «не було» (фейк).

Перші аргументи на користь кулястої форми Землі з'явилися ще в Стародавній Греції, а доказів того, що 20 липня 1969 року вперше в історії людства астронавти висадилися на супутник Землі, величезна кількість.

9) У Каліфорнії встановити мишоловку – підсудна справа (правда).

Щоб полювати на мишей, спершу потрібно отримати відповідну ліцензію.

10) У Таїланді заборонено годувати голубів (правда).

За це загрожує ув'язнення до трьох місяців або штраф у 25 000 бат (19787 грн).

Етап 2.

Отримавши відповіді, запитайте в учасників, за якими критеріями вони визначали правдивість повідомлення. Які з повідомлень оцінити було найважче і чому?

Наголосіть, що сьогодні вміння відрізнати правду від брехні є дуже важливим. Нині навколо нас безліч інформації, і визначити, що є правда, а що фейк, доволі складно навіть професійному журналістові та медіафахівцеві.

Обговоріть із учасниками поняття фейку. Спільно визначте головні ознаки фейкової інформації та запишіть їх на дошці або фліпчарті.

Примітки для тренера:

Дезінформація – зумисне створення або розповсюдження фейкової чи маніпулятивної інформації, що має на меті обманути або дезорієнтувати певну аудиторію, завдати їй політичних, персональних чи фінансових збитків.

Уживається також термін «місінформація», що позначає ненавмисні дії, без шкідницьких намірів.

Фейк – навмисно спотворене або повністю вигадане повідомлення. Ознаками ймовірної фейкової інформації можуть бути: емоційний заголовок, опис приголомшливих подій, використання емоційної лексики, яка підштовхує аудиторію до певних висновків, відсутність доказів (посилань на джерела інформації, офіційних підтверджень, фактів).

Маніпуляція в медіа – техніка цілеспрямованого викривлення інформації заради формування певного погляду, ставлення до тієї чи іншої проблеми / особи / явища. Маніпуляція в медіа тісно пов'язана з «пропагандою».

Пропаганда – форма комунікації, що має на меті вплинути на ставлення суспільства до певної проблеми / ситуації / явища. Здійснюється завдяки застосуванню маніпулятивних технік. Пропаганда є не випадковою помилкою чи неточністю, а цілеспрямованою комунікаційною тактикою певних сил. Особливості пропаганди: регулярний характер, масовість, застосування візуальних знаків і символів (як у випадку з політичною пропагандистською символікою).

Вправа «Вгадай новину за заголовком»



30 хв.



Мета і завдання:

на реальних прикладах продемонструвати учасникам маніпулятивний потенціал заголовків у медіаповідомленнях, навчити виявляти маніпуляції та розуміти їх негативний вплив; повторити матеріал із попередніх вправ.



Матеріали:

фліпчарт, папір для групової роботи, маркери, роздруковані скріншоти заголовків новин або презентація.

Порядок проведення:

Етап 1.

Попросіть учасників розділитися на 4 групи, роздайте групам роздруковані скріншоти із заголовками (Додаток 1).

Учасникам необхідно вгадати, про що може бути ця новина, а також написати свій короткий варіант тексту з урахуванням основних стандартів журналістики. Для цього їм потрібно згадати вправу «Золотий стандарт». Заохотьте виконувати завдання творчо – героїв, деталі новини та джерела учасники можуть вигадати самостійно.

Примітки для тренера:

Усі новини реальні, опубліковані в онлайн-медіа. Попросіть учасників не шукати їх в інтернеті.

Етап 2.

Після групової роботи учасники мають презентувати написані тексти. Аналізуючи озвучені повідомлення, зверніть увагу на їх структуру, дотримання стандартів (точність, баланс думок і точок зору, відокремлення фактів від коментарів, достовірність, оперативність). Зачитайте оригінальні тексти новин (Додаток 2), проаналізуйте, чи вдалося учасникам вгадати зміст.

Етап 3.

Обговоріть, чому ЗМІ маніпулюють заголовками, окресліть поняття клікбейту. Питання для обговорення:

- З якою метою створюють провокативні та шокуючі заголовки?
- На чому побудований ефект кричущого заголовку?
- Чи можна вважати заголовок повноцінним текстом?

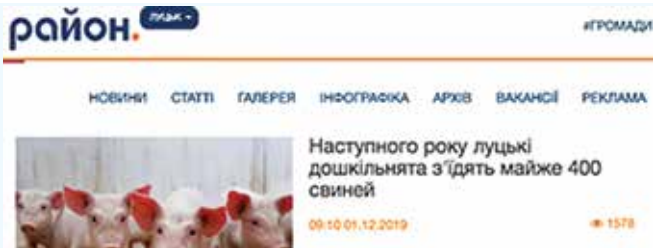
Примітки для тренера:

Клікбейт – заголовок, який спонукає читача натиснути на посилання. Як правило, клікбейтові заголовки емоційні, шокуючі чи жартівливі, нелогічні, можуть вводити читача в оману. Таке формулювання заголовку – груба маніпуляція, ознака імовірної неправдивості повідомлення. На сайтах – «зливних бачках» під такими заголовками немає власне тексту новини, їх мета – спонукати читачів переходити за посиланням.

Ще одна маніпулятивна риса таких заголовків – їхній зміст може не відповідати змісту новини. Таку технологію часто використовують у пропаганді та політичних фейках, розраховуючи, що під час перегляду заголовків у стрічці новин читач не відкриватиме весь текст і не читатиме його до кінця, а обмежиться лише заголовком, «приписавши» його зміст усьому повідомленню. Тож сам по собі заголовок вже несе значну інформацію. Тому варто прочитувати текст до кінця й комплексно аналізувати його зміст.

Варіанти заголовків

1.



Наступного року луцькі дошкільнята з'їдять майже 400 свиней

2.



Каналами луцького парку плаває «амфібія». ФОТО

3.



Коли Кременчук поринає в темряву... з'являється він

4.

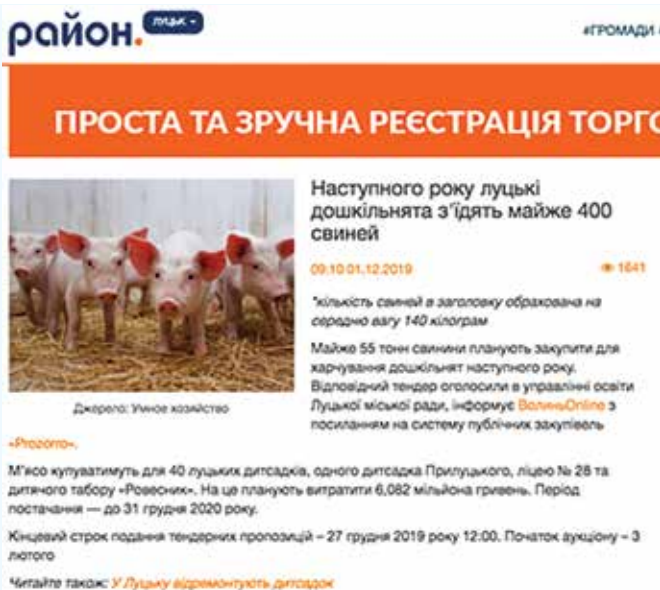


Київ змушують робити це у баночку в метро

Ресурс «Медіаграмотність»

Тексти новин

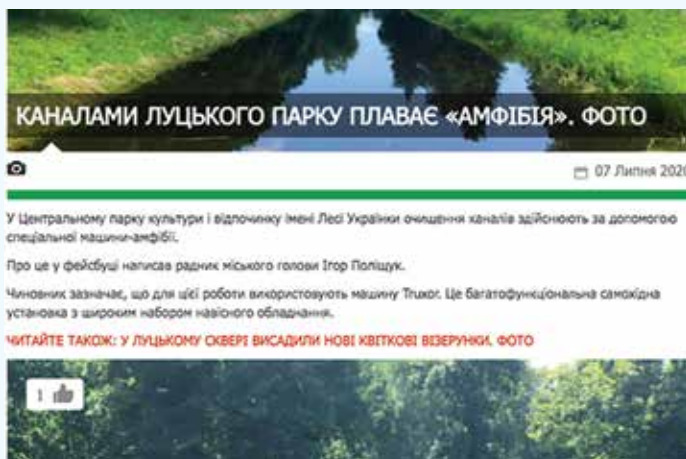
1.



<https://lutsk.rayon.in.ua/news/199366-nastupnogo-roku-lutski-doshkilniata-zyidiat-maizhe-400-svinei>

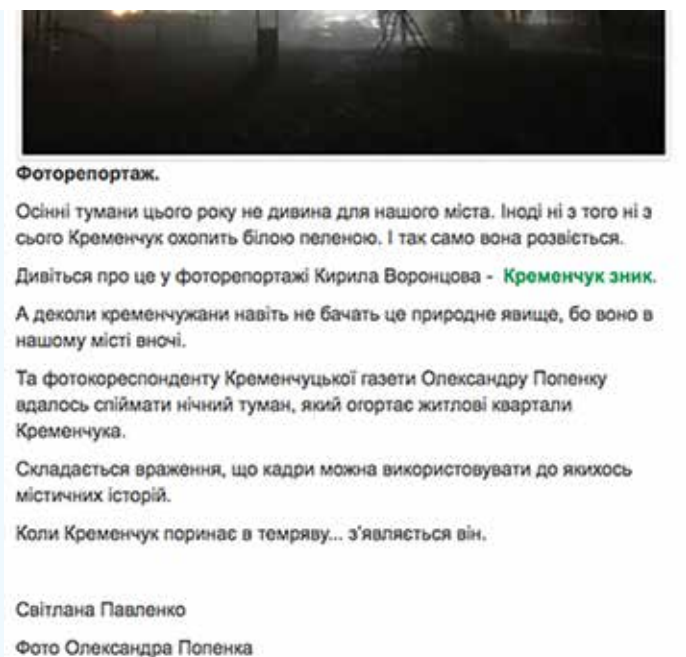
Додаток 2

2.



<https://volyn.tabloyid.com/zhittia/kanalami-lutskogo-parku-plavae-amfibiia-foto>

3.



<https://kg.ua/news/tuman-nochyu>

4.



<https://kyiv.znaj.ua/318148-kiyan-zmushuyut-robiti-ce-u-banochku-v-metro>

Вправа «Типи фейків»



20 хв.



Мета і завдання:

проаналізувати типи фейків та відмінності між ними; спонукати учасників до самостійного аналізу та визначення особливостей неправдивої інформації.



Матеріали:

фліпчарт, папір для групової роботи, маркери.

Порядок проведення:

Етап 1.

Розділіть учасників на 3 групи і роздайте їм різні приклади фейкової інформації. Перша група отримує текст із «фейком — фактологічною підробкою», друга — «фотофейк», третя — «фейк — підробного експерта». Учасники в групах мають визначити основні ознаки фейку, записати їх для презентації.

Етап 2.

Представники від команд презентують результати групової роботи. Завдання тренера — не лише прослухати презентації учасників, але й доповнити їх прикладами, уточненнями та не згадану учасниками інформацією.

Етап 3.

Наголосіть, що перевірити інформацію може кожен із нас. Для цього потрібно поставити собі п'ять запитань. Підбиваючи підсумки, разом із учасниками визначте основні питання, необхідні для перевірки інформації.

1. Чому повідомлення викликало в мене певний інтерес та почуття?

Слід звернути увагу на емоційність заголовку та змісту публікації. Заголовки, які розпочинаються зі слів «Шок», «Сенсація», «Ви не повірите», «Це відео підірвало інтернет» або містять інші надмірно веселі чи страшні сенси, скоріше за все, вказують на неправдиву новину.

2. На якому ресурсі я побачив повідомлення?

Проаналізуйте ресурс (сайт, акаунт у соціальній мережі, блог), який опублікував повідомлення. Слід перевірити, чи наявна на сторінці інформація про проєкт, редакцію, авторів, контактні дані, опис редакційної політики (це може бути рубрика «Про нас», «Про редакцію» тощо). Якісні та добросовісні видання не приховують таких даних, а от їх відсутність свідчить про недобросовісні наміри авторів онлайн-видання. Перегляньте інші публікації на цьому сайті, оцініть зміст і загальний контент ресурсу. Якщо більшість публікацій містять кричущі заголовки, оброблені у фоторедакторі зображення, а також статті сумнівного змісту — це ознака неякісного ресурсу або так званого «зливного бачка».

3. Хто автор публікації?

Подивіться, хто автор публікації. Справжня людина чи анонім? Якщо автор повідомлення – реальна особа, проаналізуйте інші його дописи: чи є ця людина експертом у питанні, на які ще теми пише. Зверніть також увагу на коментарі читачів під його публікаціями.

4. Чи наведено факти?

Прочитайте повідомлення повністю. Знайдіть у тексті джерело інформації. Чи є в статті посилання на офіційні ЗМІ, ресурси або осіб? Перегляньте гіперпосилання на предмет дійсності.

5. Чи збережено баланс думок і точок зору?

З'ясуйте, чи подає автор іншу точку зору, відмінну від власної. Пам'ятайте, що суб'єктивні оцінки та міркування однієї особи без підтверджувальних фактів та посилання на інші джерела можуть бути неправдивими та маніпулятивними.

Маніпуляція в медіа – це техніка цілеспрямованого викривлення інформації заради формування певного погляду, ставлення до тієї чи іншої проблеми / особи / явища. **Прикладами маніпуляції в медіа** можуть бути: надання неповної інформації, навмисне приховування певного аспекту, зміщення акцентів у повідомленні; виривання слів із контексту тощо.

Додаток 1

Приклади завдань та роз'яснення щодо виконання

Тип 1. Фейки – фактологічні помилки – це медіапідробки, побудовані на фальсифікації фактів. Найпоширеніший тип фейків. Ідеться про певну вигадку, опис того, чого насправді ніколи не відбувалося чи не існувало.

Завдання (група 1)

У соціальних мережах, а також у телевізійних передачах досі поширюється міф, що кольорове маркування на тюбиках із зубною пастою або косметичними продуктами позначає їх хімічний склад. Мовляв, якщо на пасті зелений маркер, то її склад натуральний, якщо чорний – то повністю синтетичний, синій і червоний нібито означають суміш синтетичних і натуральних компонентів.



Як вибрати зубну пасту.

Подивившись на те, якого кольору квадратик на тюбіку, можна визначити особливості складу пасту.

Маркування на тюбіку зубної пасту

1. Зелений квадратик говорить про те, що паста складатиметься практично повністю з натуральних інгредієнтів. До речі, такі квадратик можна помітити і на тюбіках з іншою косметикою!
2. Синій квадратик свідчить про те, що в пасті містяться як натуральні, так і хімічні компоненти
3. Червоний квадратик на тюбіку вказує на наявність невеликої кількості небезпечних хімікатів: таку пасту ні в якому разі не можна ковтати!
4. Чорний квадратик є найнебезпечнішим знаком. Шкідливі зубні пасту практично повністю складаються з хімікатів і відзначені таким знаком на тюбіку!

Таке маркування виробники використовують вже дуже давно! Особливо важливо перевірити дитячу зубну пасту, адже дітки так часто ковтають її під час чистки зубів ...

Обирайте тільки натуральні поглиначі!

Компанія Colgate спростувала цей міф і повідомила, що таке маркування «потрібне під час виготовлення тюбиків із зубною пастою, воно повідомляє світлочутливим датчиком, де кінець тюбика, щоб його можна було правильно розрізати і запакувати». Також додається, що інгредієнти пасти зазвичай зазначені на упаковці. Американська стоматологічна асоціація зазначає, що в основному зубні пасти мають однаковий базовий склад: абразивні засоби для чищення зубів, ароматизатори, зволожувачі для пом'якшення зубної пасти й детергенти, які допомагають пасті пінитися.

Як бачимо, йдеться про інформацію, яка повністю не відповідає дійсності. По суті, чиєсь непідтвержене судження маскується під факти.

Ознаками фактологічної підробки є:

1. Підміна фактів хибними судженнями, вигаданою інформацією.
2. Неоднозначність, таємничість, іноді сенсаційність.
3. Приховане спонукання до ухвалення рішень, вибору позиції.

У цьому прикладі бачимо повідомлення-пораду. Джерело інформації не зазначене. Проте автор чітко закликає дослухатися до поради й скористатися рекомендацією. Також у повідомленні є натяк на можливі ризики для здоров'я, тож певною мірою йдеться й про погрози.

Тип 2. Фотофейк – це маніпуляція із зображенням: технічна підробка фотографії або некоректне, маніпулятивне її використання (виривання з контексту).

До фотофейків можна зарахувати: постановочні фото/відео; відретушовані або змонтовані фото; зображення, вирвані з контексту (містять неточний підпис, датовані іншим числом, використані на позначення іншої події або місця).

Завдання (група 2)

У соцмережах поширюється «світлина» зграї рожевих фламінго, що пливають венеціанськими каналами. Підпис до фото: «Венеція на карантині. Три тижні тому». Однак це художній фотомонтаж фотографа із Росії, а не реальний знімок з Італії під час карантину.

Фотохудожниця Крістіна Макєєва завантажила оригінал цього зображення 24 квітня на свою сторінку в Інстаграмі @hoboreeba. Підпис до зображення повідомляє, що це мистецький твір: «Art 2020 / when people stay at home – city is filled with other residents / поки люди сидять по домівках – місто наповнюється іншими жителями». Також авторка кілька разів відповідала в коментарях, що це не реальне фото, а художня робота. Проте фотографія активно розійшлася мережею без згадування про підробку.



Ознаки фотофейку.

- 1) Яскрава нереалістична картинка.
- 2) Контекст фотографії привертає увагу аудиторії, провокує певну емоцію (в цьому випадку позитивну – природа очищується, є надія на оновлення).
- 3) Велика кількість поширень у різних соціальних мережах.

Такий фотоконтент розповсюджується з метою залучення на сторінку якнайширшої аудиторії, що сприятиме монетизації ресурсу.

Проте фотофейки часто викликають в аудиторії негативні відчуття: страх, шок, обурення.

Фотофейки можна поділити на три типи:

- маніпуляції в процесі зйомки (постановочні кадри, приховування місцевості, маніпулювання з кадром, світлом тощо);
- маніпуляції в процесі обробки фотографії (використання графічних редакторів, кадрування);
- маніпуляції з контекстом (перенесення фотографії в інший контекст уже на етапі публікації матеріалу, що спотворює загальний зміст повідомлення).

Тип 3. Фейкові експерти Завдання (група 3)

Британські вчені довели, що на Марсі можна грати в футбол

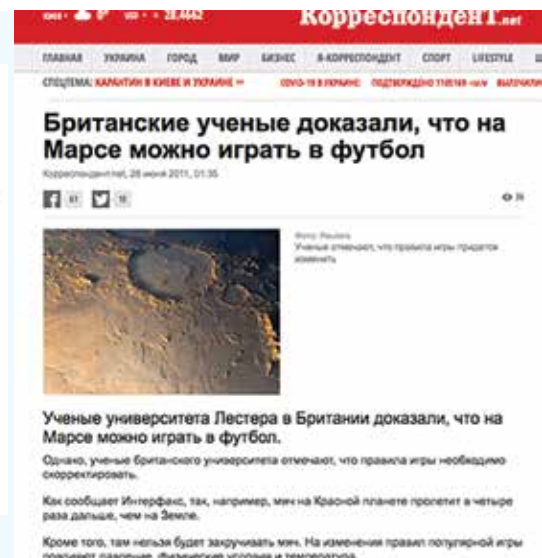


Вівторок, 28.06.11 16:55

Вчені британського університету зазначають, що правила гри доведеться скорегувати. Як повідомляє Інтерфакс, так, наприклад, м'яч на Червоній планеті пролетить у чотири рази далі, ніж на Землі.

Крім того, там можна буде закручувати м'яч. На зміни правил популярної гри вплинуть тиск, фізичні умови і температура.

За матеріалами: Митингашвілі



Ознакою цього типу фейку є посилання на нібито авторитетне джерело, яке таким не є або взагалі не існує.

Часто у фейках посилаються на невідомих британських вчених, китайських лікарів, німецьких дослідників. Однак завжди слід звертати увагу на посилання – чи наведено в тексті імена вчених, чи названо установи, в яких вони працюють. Відсутність конкретної інформації та активних посилань – головна ознака шахрайства.

Проте не варто сліпо довіряти й тим, хто називає себе експертом та не приховує свого імені. Сьогодні можна почути чимало неправдивих повідомлень від сумнівних експертів, особливо на телебаченні.

Як перевірити експерта:

- пошукати інформацію про нього в пошукових системах;
- переглянути інші програми, у яких експерт брав участь: часто одні й ті самі люди відвідують одні й ті самі телеканали;
- вивчити біографію, досвід роботи експерта, його належність до політичних сил.

Іноді як експертів запрошують акторів, які представляються вигаданими іменами, або підставних осіб.

Ресурс «Участь і вплив молоді»



Вступ

У цьому посібнику соціальна згуртованість трактується як чинник, завдяки якому молоді люди мають можливість активно долучатися до всіх суспільних процесів у своїй громаді. Одна із заporук ефективної включеності молоді в усі процеси громади – ресурс участі.

Задля глибшого розуміння ресурсу участі наведено методики опрацювання чотирьох елементів:

- системи роботи органів місцевого самоврядування (ОМС);
- принципів участі молоді;
- проєктів / ініціатив участі молоді;
- адвокації як впливу на рішення ОМС.

Для ефективної реалізації ресурсу участі спершу слід зрозуміти систему роботи ОМС. Для цього в рамках молодіжних обмінів ми пропонуємо на практиці дослідити відповідний орган, причому провести дослідження в ігровій формі – наприклад, у форматі квесту. Учасники молодіжних обмінів мають відвідати приміщення ОМС, познайомитися з головними посадовцями, дізнатися про задокументовані політики даної громади щодо молодіжної роботи. Оскільки орган місцевого самоврядування (ОМС) – це виборний орган територіальної громади, наділений повноваженнями вирішувати питання місцевого значення, то молодим людям важливо самостійно з'ясувати, що це за повноваження, й надалі використати отриману інформацію в рамках виконання вправ модуля.

Наступним кроком рекомендуємо опрацювати під час молодіжного обміну принципи участі молоді. Базова інформація з цих питань викладена в Посібнику з Переглянутої Європейської хартії «Скажи своє слово».

Скажи своє слово! Посібник з Переглянутої Європейської хартії про участь молодих людей у місцевому та регіональному житті. – 2015.

Модуль містить кілька вправ, які дадуть учасникам досвід «участі». Відповідно до вступної частини Переглянутої хартії про участь молодих людей у місцевому та регіональному житті, «участь у демократичному житті будь-якого суспільства – щось більше, ніж просто голосування, балотування на виборах, хоча це все теж є важливими складовими. Участь та активне громадянство означають мати право, засоби, простір, можливості і, якщо необхідно, підтримку в участі та впливі на прийняття рішень, а також означають участь в різних заходах та процесах з метою побудови кращого суспільства». Тож, якщо стисло, участь молоді – це право впливати та засоби впливу на процес ухвалення рішень.

Для забезпечення значущості й відчутності участі молоді в житті громади необхідно спиратися на базові принципи участі. Марк Янс та Курт Де Бекер пропонують модель у складі трьох ключових принципів:

Jans, M.& De Backer, K., Youth (work) and social participation. Elements for a practical theory, Flemish Youth Council YeP!, 2002.

- **участь заснована на викликах**, тобто в основу участі слід покласти проблематику, яка стосується повсякденного життя молоді та цікава для неї;

- **участь заснована на спроможності**, тобто ґрунтується на можливостях молодих людей із громади, і це означає, що всі ініціативи та проекти мають враховувати наявні навички, знання та вміння молоді або забезпечити їх набуття під час реалізації проектів;

- **участь заснована на зв'язках**: молоді люди не мають залишатися осторонь громади, окремо «бавитися у свою гру». Важливо, щоб вони були частиною громади, частиною суспільства і спільно зі всіма діяли та розв'язували поточні проблеми.

Реалізація принципів участі та ефективна включеність молоді у життя громади забезпечуються за допомогою проектів / ініціатив участі молоді. Тут важливо розглянути два аспекти. Перший: участь молоді є метою проекту / ініціативи, тобто ці проекти / ініціативи спрямовані на створення для молоді можливостей ухвалення рішень на рівні громади. Другий: участь молоді є методологією проекту / ініціативи, і саме в цьому випадку якнайкраще втілюється підхід «для молоді, з молоддю та силами самої молоді». У посібнику наведено кілька методик, які розкривають саме другий аспект. Вони допоможуть учасникам молодіжних обмінів реально впливати на всіх етапах планування та реалізації проекту / ініціативи й тим самим забезпечать їхню повноцінну участь у житті громади.

Один із найпоказовіших елементів ресурсу участі — адвокація, тобто обстоювання певної справи чи ідеї зі спробами впливати на конкретні рішення органів місцевого самоврядування. У посібнику, зокрема, наведено вправи для аналізу молодіжної проблематики у громаді, виявлення заінтересованих сторін та цільових груп, тож на основі цих даних можна окреслити мету й план майбутньої адвокаційної кампанії. Під час молодіжних обмінів не планувався детальний розгляд усіх етапів та інструментів реалізації адвокаційних кампаній, адже у вільному доступі є якісні навчальні програми з цих питань.

Під час виконання вправ та вивчення методик щодо участі молоді важливу роль виконує тренер як фасилітатор процесу. Його завдання:

- спонукати учасників обміну генерувати різноманітні ідеї;
- продумати й запропонувати учасникам способи вибору пріоритетних напрямів роботи чи проблематики;
- створити середовище, яке сприятиме реалізації частини проектів чи ініціатив під час молодіжних обмінів.

Слід пам'ятати, що учасники молодіжних обмінів повинні отримати всебічну інформації про процеси в громаді й бути готовими добровільно долучитися до дослідження й розв'язання її проблем. А це означає, що вправи та методики з модуля, присвяченого ресурсу участі, слід використовувати на пізнішому етапі молодіжного обміну.



Вправа «Похід культурних людей»



Мета і завдання:

актуалізувати для учасників/ць поняття «участь», проаналізувати відчуття у незрозумілих ситуаціях; усвідомити, яким чином розширення прав і можливостей залежить від прозорості та обміну інформацією; навчити давати собі раду в ситуаціях, коли участь є непростим завданням.



Матеріали:

стілці за кількістю учасників, ставляться колом.

Порядок проведення:

Підготовка

Обов'язково залучіть асистента, який знатиме правила та принципи вправи — умови, за яких ми беремо / не беремо людину в похід.

Етап 1.

Просимо учасників/ць сісти у коло та інструктуємо: «Зараз ми всі вирушимо в похід культурних людей. Кожен щось візьме з собою. Я буду провідником і обиратиму, чи взяти вас до гурту. Таким чином група тих, хто вирушить у мандрівку, зростатиме. В ідеалі, звісно, хотілося би, щоб усі змогли піти у похід культурних людей. Готові?»

Етап 2.

Примітка: згідно з основним принципом, людина спершу має висловити подяку, а лише потім зазначити, що візьме у похід. Лише в такому випадку ми беремо з собою учасника/цю. Іншим відповідаємо: «Ми не беремо тебе з собою у похід культурних людей».

1. Ведучий: Я йду в похід культурних людей і беру з собою наплічник.
2. Співведучий (який знає принцип): Дякую. Я йду в похід культурних людей і беру з собою ліхтарик. (Ведучий виносить вердикт: Беремо).
3. Наступний/а учасник/ця: (продовжують вправу, намагаючись розгадати принцип).
4. Після репліки кожного наступного учасника ведучий дає зворотній зв'язок: беремо чи ні.
5. Коли всі у колі висловилися, підсумовуємо, кого взяли, а кого — ні, не пояснюючи деталей, і пропонуємо продовжити й збільшити команду для походу культурних людей.
6. Продовжуємо вправу за тим самим принципом.
7. Варто пройти кілька кіл, щоб учасники мали змогу перевірити свої гіпотези.

Вправа виконується доволі швидко.

Етап 3.

1. Запитуємо про відчуття, які виникали в учасників/ць протягом виконання вправи.
 - Які емоції виникали у вас на першому колі вправи?
 - Що ви відчували, коли вам повідомляли, що не беруть у похід? Уперше? Вдруге? Утретє?
 - Які емоції виникли, коли частину учасників уже зарахували до команди, а вас ще ні?
 - Що ви відчували, почувши, що йдете у похід?
 - Як ви визначили, за яким критерієм відбирають учасників походу?
 - Чи виникало у вас бажання не брати участі у вправі? На якому етапі? Чому?
 - Що спонукало вас продовжувати, хоч ви й заявляли: «Все одно мене не візьмуть»? (ставимо це запитання тим учасникам, хто демонстрував таку поведінку)
2. Обговорюємо, що учасники зрозуміли / усвідомили завдяки цій вправі.
 - Як би ви сформулювали основні причини небажання брати в чомусь участь? Бажання долучитися до ініціатив?
 - За яких умов ми охоче долучаємося до процесів навколо нас?
3. Підводимо учасників до усвідомлення: коли відомо, чого від нас очікують, ми охочіше беремо участь у грі.

Цей похід можна порівняти з уявним проектом. Коли хтось один вирішує, що це за проект буде, хто його має робити, як саме все відбуватиметься, і не пояснює / не інформує молодь, не дивно, що молоді люди пасивні, беруть участь в ініціативах через «не хочу».

4. Також варто допомогти молодим людям зрозуміти, що молодь сама може домовитися й визначити критерії залучення учасників до проектів чи інших заходів.

Примітки для тренера:

1. Потрібно обов'язково використовувати визначення «похід культурних людей», адже саме в ньому й міститься розгадка використання слова «дякую» чи його аналога.
2. Дебрифінг вправи має логічно перейти у дискусію «Участь молоді, принципи участі, роль молоді на рівні громади».
3. Аналогічна за метою й завданнями вправа – «Ножі та виделки» з посібника «Компас».



Вправа «Досліджуємо місцевий ОМС»



120 хв.



Мета і завдання:

допомогти учасникам/цям дізнатися, як працюють органи місцевого самоврядування; зрозуміти функціонал посадових осіб, їхні повноваження; зрозуміти алгоритми взаємодії з посадовими особами; дізнатись ключові аспекти реалізації молодіжної політики на рівні громади.



Матеріали:

картки із завданнями та запитаннями для малих груп учасників (за кількістю груп).

Порядок проведення:

Вступ.

1. У тренінговому приміщенні розповідаємо учасникам про тему та мету вправи.
2. Довільно об'єднуємо учасників у мінігрупи по 5-6 осіб. Важливо, щоб у кожній команді була можливість фіксувати перебіг роботи на фото.
3. Проводимо інструктаж та видаємо записник із завданнями (Додаток 1), які необхідно виконати.
4. Кількість і перелік завдань слід обирати залежно від рівня підготовки учасників, масштабу ОМС. Завдання мають бути як легкі, жартівливі (на кшталт рахування сходинок у будівлі), так і спрямовані на аналіз роботи ОМС, взаємодію з посадовими особами.

Етап 1.

1. Учасники у малих групах заходять до будівлі ОМС і вивчають локацію.
2. Виконують завдання та фіксують перебіг роботи у своїх роздаткових матеріалах, у разі потреби роблять фото для підтвердження.
3. Групи готують короткі презентації (можна у відеоформаті) щодо виконаних завдань.

Етап 2.

1. Групи презентують результати виконання завдань; кожна група має по 5 хв. на презентацію.

Етап 3.

1. Запитуємо про відчуття, які виникали під час вправи, та дії.
 - Як вам працювалося у групах на іншій локації?
 - Чи вдалося вам виконати всі завдання?
 - Які емоції виникали, коли необхідно було спілкуватися з посадовими особами?

- Чи охоче представники ОМС йшли на контакт? Якщо ні, але від них залежало виконання вашого завдання, що ви робили?
 - Якби вам ще раз довелося виконувати цю вправу, що ви зробили б інакше?
2. Обговорюємо, що учасники зрозуміли / усвідомили завдяки цій вправі.
- Що ви зрозуміли про ОМС (ключові висновки)?
 - Чи можете тепер сказати, що знаєте, хто і за що відповідає?
 - Чи розумієте, яку роль відводять молоді в цій громаді?
3. Підбиваємо підсумки щодо розуміння учасниками роботи ОМС, розподілу повноважень між підрозділами, управліннями. Звертаємо увагу на ключових осіб чи підрозділи, які ухвалюють рішення, способи контактування з ними.

Примітки для тренера:

1. Слід попередньо домовитися з ОМС, що туди завітають учасники програми зі спеціальними завданнями.
2. Важливо, щоб тренер/ка перебували в ОМС та за потреби давали підказки й скеровували учасників.
3. Якщо будівля ОМС досить велика, варто організувати квест у частині будівлі чи в окремому приміщенні, можливо, поруч із відділом молоді.
4. Варіанти можливих квестових завдань наведені в Додатку 2.

Додаток 1

ДОСЛІДЖУЄМО _____ (назва громади / ОМС)
КОМАНДА _____

Зафіксуйте результати своїх спостережень у таблиці або вкажіть, де можна знайти деталі виконаного завдання

ЗАВДАННЯ*	РЕЗУЛЬТАТ ВИКОНАННЯ

*беремо з Додатку 2

ВАРІАНТИ КВЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ:

1. Змалюйте схематично план будівлі ОМС.
2. Знайдіть дошку (ресурс) для інформаційних повідомлень всередині ОМС і сфотографуйте.
3. Дізнайтесь ПІБ ключових осіб ОМС: голови, заступників, секретаря – та зафіксуйте у своїх нотатках.
4. Познайомтесь із секретарем ради й дізнайтесь, які ключові обов'язки він виконує.
5. Дізнайтесь, які комітети працюють у раді.
6. Дізнатись, коли відбуваються засідання депутатів.
7. Дізнатись, які рішення були ухвалені на останньому засіданні.
8. Подайте звернення до міського голови, зареєструйте його (офлайн чи онлайн).
9. Дізнайтесь, чи функціонує в раді відділ або відповідальний за молодіжну політику, познайомтеся з відповідними працівниками та зробіть спільне фото.
10. Дізнайтесь, чи функціонує молодіжна рада і як до неї вступити.
11. Дізнайтесь, чи існує громадський бюджет та як подати проєкт на отримання з нього коштів.
12. Знайдіть керівника й дізнайтесь про структуру виконавчого органу місцевого самоврядування.
13. Дізнайтесь, чи працює постійна депутатська комісія з молодіжної політики і чи залучено до неї молодь.
14. Дізнайтесь, як потрапити на відкрите засідання депутатської комісії.
15. Дізнайтесь, як потрапити на засідання виконкому.
16. Дізнайтесь, як потрапити на засідання міської / сільської ради / ради ОТГ.
17. Дізнайтесь рік та історію створення місцевої ради.
18. Знайдіть кабінет голови ОМС і зробіть селфі на тлі таблички на дверях.
19. Порахуйте кількість вікон та дверей (чи сходинок) на першому поверсі споруди.
20. Знайдіть ОМС у соціальних мережах та підпишіться на відповідні сторінки.
21. Запишіться на прийом до комітету з роботи з молоддю.
22. Проведіть інтерв'ю з головою комітету.
23. Дізнайтесь про ініціативи ОМС, до яких може долучитися молодь.
24. Зробіть селфі з головою чи секретарем комітету.
25. Зробіть селфі в кріслі голови ОМС.
26. Роздайте цукерки всім працівникам ОМС, яких зустрічаєте в будівлі, й таким чином порахуйте кількість присутніх на даний момент.
27. Сфотографуйте таблички з назвами структурних підрозділів і складіть організаційну структуру.
28. Дізнайтесь про постанови, які регулюють питання молоді та молодіжної політики в громаді.
29. Знайдіть сайт ОМС та заскрінуйте останню новину на ньому.
30. Дізнайтесь ПІБ осіб, відповідальних за роботу з молоддю, та назви профільних установ для молоді.
31. Знайдіть відділ молоді й зробіть селфі з його керівником.
32. Візьміть невелике інтерв'ю у спеціалістів, відповідальних за роботу з молоддю, про плани щодо молоді.
33. Знайдіть сесійну залу й перевірте рівень її доступності для маломобільних груп.
34. Дізнайтесь алгоритм подання і проходження рішення щодо молоді.
35. Дізнайтесь, де знаходиться ЦНАП і які три ключові послуги для молоді він надає.
36. Дізнайтесь (у відділі молоді), які програми (ОМС / грантові) для молоді діють у громаді.
37. Створіть відео в ТікТок про цей ОМС для інших областей / громад / регіонів.
38. Зробіть селфі у 5 незвичних / цікавих місцях в ОМС, зачекіньтесь там.
39. Спробуйте записатися на прийом до певних структур чи голови.

Вправа «Павутина проблем»



45 хв.



14–23 роки



Мета і завдання:

допомогти учасникам/цям проаналізувати проблематику проблеми громади й встановити причинно-наслідкові зв'язки.



Матеріали:

ватмани та кольорові маркери (за кількістю груп).

Порядок проведення:

Етап 1.

1. Обговоріть із групою важливість дослідження проблем у громаді.
2. Опишіть можливі інструменти дослідження проблем громади та пошуку їх причин.
3. Стисло представте інструмент «Павутина проблем», який дає змогу аналізувати комплекс проблем у громаді.

Етап 2.

1. Об'єднайте учасників у 4 групи та оберіть проблему, яку слід проаналізувати. Дайте кожній групі аркуш ватману та маркери різних кольорів.
2. Проблема слід записати в центрі аркуша. Далі група формулює відповіді на запитання «Чому ця проблема існує?», записує їх навколо проблеми, з'єднуючи з формулюванням проблеми стрілками.
3. Тепер слід відповідати на запитання «Чому?», пов'язане вже з кожною із зафіксованих відповідей. Нові відповіді записуються іншим кольором, поєднуються стрілками. До кожної нової відповіді потрібно ставити уточнювальне запитання «Чому?» й фіксувати нові відповіді. Таким чином «плететься павутина».
4. «Плести павутину» слід доти, доки серед відповідей не прозвучать кілька простих та зрозумілих проблем, які можна вирішити швидко й із мінімальними витратами ресурсів.
5. Якщо відповідь на запитання «Чому?» повторюється, стрілку слід провести до вже зафіксованої відповідної тези. Таким чином встановлюються зв'язки, і може виявитися, що для розв'язання кількох проблем потрібні певні однакові кроки.

Етап 3.

1. Кожна група презентує свої «павутини», всі учасники разом аналізують можливі варіанти відповідей та причинно-наслідкових зв'язків.

Етап 4.

Підбиття підсумків на основі таких запитань:

- Як вам працювалось у групах?
- Які висновки слід зробити з цієї вправи?

- Наскільки легко / важко було шукати причинно-наслідкові зв'язки?
- Як можна використати результати цієї вправи у своїй роботі?
- На яку з причин ми з вами можемо реально вплинути, щоб змінити ситуацію на краще?

Примітки для тренера:

Після проведення вправи учасники обирають проблему-причину, яку хочуть мінімізувати чи розв'язати. Можна дати учасникам 2–3 проблеми на вибір. Таким чином сформується команди, які працюватимуть над різними проблемами.

Вправа «Плутанина»



30 хв.



14–23 роки



матеріали відсутні



Мета і завдання:

показати учасникам/цям, що з будь-якої ситуації є вихід; розробити ефективні стратегії пошуку рішень; навчити командування.

Порядок проведення:

1. Для виконання цієї вправи необхідна парна кількість учасників. Оптимальна кількість – 10–12 осіб. Якщо група велика, можна розділити її на дві підгрупи й навіть додати елемент змагальності.
2. Учасники стають у коло і витягують поперед себе ліву руку.
3. Кожен із учасників має правою рукою взяти іншого учасника навпроти за ліву руку.
Важливо! Не можна триматись за руки з тими, хто стоїть поруч. Не можна триматися за дві руки з одним і тим самим учасником
4. Учасникам необхідно розплутатися в одне коло, не відпускаючи рук одне одного.

Після завершення вправи проводимо рефлексію:

- Які відчуття викликала ця вправа?
- Чи легко було розплутатись?
- Чи вірили ви в успіх?
- Хто найбільше проявив себе під час вправи? Як саме?
- Хто проявив себе найменше? Чому?
- Завдяки яким діям вдалося розплутатись?

Примітки для тренера:

1. Сценарій вправи можна дещо змінити: наприклад, заплутуються учасники із заплющеними очима, а розплутуються із розплющеними.
2. Ще один варіант вправи – обрати добровольця, який не бачитиме моменту заплутування рук учасників. Потім він матиме розплутати всіх, а решта учасників муситимуть мовчки виконувати його вказівки.
3. Цю вправу можна використати як енерджайзер у процесі групової роботи.

Вправа «Квітка влади»

Адаптовано за: Програма «Активні громадяни». Посібник фасилітатора, 2011. www.activecitizens.britishcouncil.org



65 хв.



14–23 роки



Мета і завдання:

допомогти учасникам/цям проаналізувати, хто має владу, хто впливає на владу і яким чином ми можемо обстоювати ідеї та інтереси спільно з нашими громадами й для них.



Матеріали:

аркуш із шаблоном «квітка влади» для демонстрації; аркуші А1, маркери (за кількістю груп).

Порядок проведення:

Етап 1.

1. Продемонструйте схему «квітка влади» (Додаток 1, мал. 1) без написів.
2. Запитайте учасників, чи доводилося їм чути вислови «низовий рівень», «бенефіціар». Коротко поясніть, що організації часто вживають їх для позначення цільових груп людей у громадах, оскільки саме потреби й інтереси останніх лежать в основі їхньої діяльності. Далі учасники мають визначити конкретні групи пересічних громадян, на які орієнтуватимуться, але поки достатньо записати на схемі слова «низовий рівень».
3. Поясніть, що середина квітки відображає «центр влади», наприклад начальника відділу освіти чи голову сільради. Пізніше члени групи самі мають вирішити, хто є центром влади у контексті їхнього питання та в їхній громаді. Зараз просто напишіть на квітці слово «влада».
4. Поясніть, що пелюстки символізують фігури та структури, які впливають на владу (наприклад, радників чи ЗМІ), й зазначте ці впливові фігури біля пелюсток.
5. Поясніть, що стебло — це адвокаційна діяльність. «Адвокація» означає обстоювання певної справи чи ідеї, яке часто супроводжується спробами впливати на конкретні рішення державних структур, наприклад на політику. В такому випадку саме адвокація виступає інструментом донесення думок «низового рівня», або пересічних громадян, до впливових осіб і центру влади.
6. Зауважте, що адвокація може здійснюватися:
 - задля та від імені окремих осіб і груп;
 - спільно з окремими особами та групами;
 - силами окремих осіб та груп.

Етап 2.

1. Об'єднайте учасників у групи по 5–6 осіб. Дайте кожній групі аркуш А1 зі схемою «квітка влади» або попросіть намалювати її самостійно. Запропонуйте групам поміркувати над тим, що вони хотіли б змінити у своїй громаді. Нехай учасники зафіксують цю ідею на аркуші А1.
2. Попросіть учасників подумати та записати на робочому аркуші різні зацікавлені сторони:
 - центр влади;
 - суб'єкти впливу (офіційні, зокрема радники, й неформальні, наприклад ЗМІ чи ГО);
 - люди і групи, які перебувають на низовому рівні.

Етап 3.

1. Поверніться у загальне коло і представте кожну квітку. У ході презентацій виділіть час для уточнень та запитань.

Етап 4.

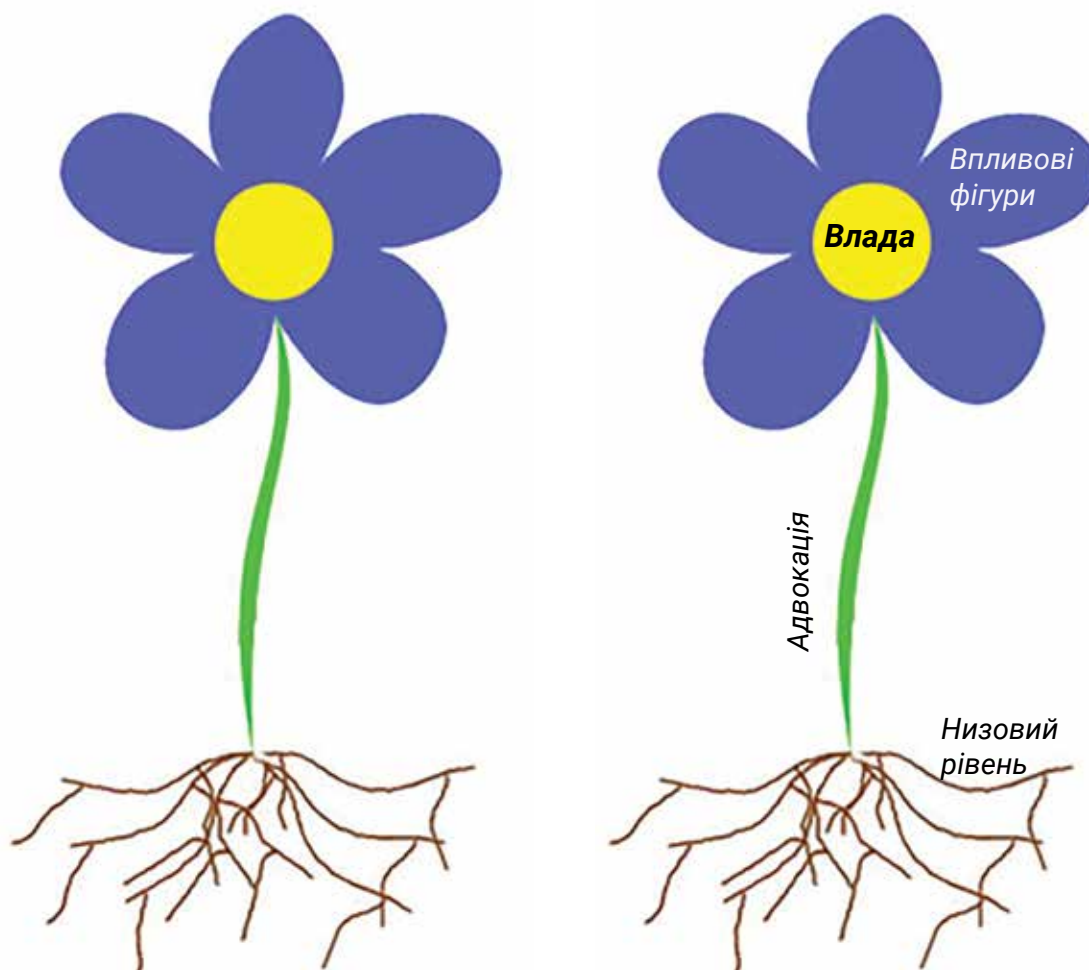
Підбиття підсумків

- Що ми дізналися з цієї вправи?
- Як ці знання допоможуть нам ефективніше виконувати свої функції?
- Яких кроків нам слід ужити для покращення ситуації в громаді?
- Хто в громаді може мати інтереси, цілком протилежні нашим? Як можна з ними комунікувати?
- У який спосіб нам слід залучати до нашого проєкту прихильників та союзників?

Примітки для тренера:

1. На завершення малюнок квітки має містити написи, як у Додатку 1, мал. 2.
2. Ситуації, над покращенням чи зміною яких міркуватимуть групи, слід узяти з вправи «Павутина проблем».

Додаток 1



Вправа «Round Robin»



60 хв.



14–23 роки



Мета і завдання:

допомогти учасникам/цям згенерувати варіанти ідей щодо розв'язання проблеми чи тем проектів.



Матеріали:

аркуші А4, стікери.

Порядок проведення:

Етап 1.

1. Даємо стислу інформацію щодо методів генерування ідей.
2. Пояснюємо правила роботи за цією методикою, використовуючи матеріали у Додатку 1.

Етап 2.

Фасилітатор організовує роботу групи, бажано навколо столу. Кожен учасник отримує аркуш паперу формату А4 для запису ідей. Завдання виконується або групою з 15 осіб, або кількома малими групами по 5–6 осіб (різні команди мають працювати за окремими столами). **Важливо!** Перед початком роботи слід чітко визначити проблеми / теми / питання, над яким працюватиме група / групи. Кожен учасник має виступати експертом у відповідній темі. Завдання фасилітатора — окреслити питання до вирішення, тобто задати контекст.

На цей етап відводиться 5–7 хвилин.

1. Протягом 2–3 хвилини учасники групи фіксують ключову ідею, варіанти реалізації якої формулюватимуть члени групи. Її слід записати по центру вгорі аркуша.
2. Далі учасники фіксують на стікерах варіанти ідей / асоціацій (по одній ідеї на стікері). Кожен член команди творчо мислить, не впливаючи на інших.
3. Записавши свою ідею на стікері, кожен учасник передає його сусідові. Той, своєю чергою, переглянувши написане, озвучує свої додаткові ідеї, запитання, асоціації. Це спонукає всіх взаємодіяти з творчістю колег. За бажання можна виділити на опрацювання кожної ідеї по 1 хвилині.
4. Обмін ідеями у колі триває доти, доки на кожному аркуші не набереться по 16–20 ідей. Тривалість роботи — до 15 хвилин. Як правило, цього часу достатньо, щоб згенерувати необхідну кількість варіантів.

Етап 3.

1. Після завершення етапу генерування слід приступити до етапу об'єднання ідей. Це завдання можна виконати таким чином:
А) Фасилітатор збирає всі ідеї, записує їх на фліпчарті, групуючи однакові чи аналогічні думки, обговорює їх із групою.

Б) Учасники самостійно аналізують власні ідеї, доповнені колегами, та презентують доопрацьований варіант.

2. Після генерування та кластерування ідей учасники голосуванням або в інший спосіб визначають варіант / варіанти, які можна взяти в подальшу розробку.

Додаток 1

Що таке Round Robin?

Round Robin – це варіація класичного мозкового штурму, що забезпечує вищий ступінь організованості та залучення всіх учасників.

Метод відзначається простотою й гнучкістю і завдяки цьому – широкими можливостями застосування. За класичного мозкового штурму одна або дві людини можуть домінувати під час групової роботи з генерування ідей. *Round Robin* забезпечує можливість висловитися для кожного. Крім того, цей метод, зберігаючи вільність і відкритість, передбачає ще й структуруваність.

Згідно з методикою, кожен учасник записує ідею на папірець і передає наступному учасникові, щоб той додав власний внесок з урахуванням сформульованого колегами. Кількість турів визначається заздалегідь.

Якщо важлива анонімність, можна скористатися програмним інструментом (наприклад, <https://www.tricider.com/>).

Переваги методу

Під час сесії ніхто не говоритиме, тож тиша допоможе всім зосередитися на поставленому завданні. Усі учасники матимуть рівні можливості поділитися своїми ідеями, не мусячи конкурувати за увагу.

Поповнюваний перелік ідей надихає членів групи на подальше висловлення оригінальних і творчих пропозицій.

Недоліки методу

Відсутність анонімності: деякі члени команди можуть приховувати справжні ідеї, знаючи, що авторство думки можна вирахувати, навіть якщо стікери не підписані.

Детальніше про методику *Round Robin* – за посиланнями:

1. <https://www.toolshero.com/creativity/round-robin-brainstorming/>.
2. <http://www.free-management-ebooks.com/news/round-robin-brainstorming/>.

Вправа «Рамки підтримки»

Адаптовано за: матеріали тренінгу-інтенсиву «Інструменти фасилітації для розвитку спільнот», авторства Білла Степлза (Канада), 2018 р



50 хв.



14–23 роки



Мета і завдання:

сформувати перелік осіб, які можуть сприяти реалізації проєкту; визначити їх рівень залученості до реалізації проєкту.



Матеріали:

фліпчарт, намальоване коло (див. малюнок), стікери двох кольорів.

Порядок проведення:

Етап 1.

Для початку потрібно зобразити на фліпчарті концентричні кола й підписати рівні (див. малюнок), пояснюючи зміст кожного кола і важливість саме такої категоризації сторін проєкту:

- у центральному колі під заголовком «Проект» слід зазначити завдання проєкту або цілі команди;
- у колі «Ключовий рівень» на стікерах потрібно записати імена членів команди;
- у колі «Рівень залучення» зазначають тих, хто не входить до команди, але робить цінний внесок у планування чи буде залучений до виконання конкретних завдань (наприклад: секретар, дизайнер, зовнішній експерт);
- у колі «Рівень підтримки» слід зафіксувати тих, хто надає консультації, технічну або фінансову підтримку, цільове наставництво;
- у колі «Рівень поінформованості» вписуються ті, хто «має знати» про роботу команди, ті, через чю непоінформованість про проєкт можуть виникнути проблеми.

Етап 2.

Учасники обговорюють, хто ще може бути зацікавлений у проєкті й кого потрібно залучити до реалізації. Ці імена фіксуються на стікері іншого кольору.

Етап 3.

Спільне обговорення: яким чином можна залучити тих чи інших людей (визначених на етапі 2) до проєкту. Фіксуються конкретні кроки й відповідальні особи з команди.

Примітки для тренера:

Слід обов'язково ознайомитися з додатковим матеріалом, щоб розуміти специфіку категоризації людей навколо проєкту.

Рекомендується використовувати стікери різних кольори: для тих осіб, які можуть погодитися й сприяти проєктові (прихильників, союзників); для тих, із ким немає прямого контакту і кого слід залучати через спільних знайомих.

Малюнок для фліпчарту:



Додаток 1

Розширена команда

Команда будь-якого проєкту – не відокремлений від інших «острів». Вона становить основний рівень виконання проєкту, але існують і інші рівні. Команда відповідає за ініціювання, координацію та щоденне ухвалення рішень щодо проєкту, але є також люди, на яких вплинуть рішення команди. Наприклад, це особи, пов'язані з плануванням та виконанням роботи команди: адміністратори, помічники чи інші співробітники організації. Також слід врахувати тих, хто цікавиться і переймається проєктом команди: можливих користувачів послуги або інші зацікавлені сторони. Нарешті, є ті, хто має знати, що відбувається, щоб забезпечити просування проєкту: керівництво, наглядова рада, радники тощо.

Потенційні союзники

Рамкування (Frameworking) – це скорочена назва інструменту «Створення рамок авторизації, підтримки та адвокації проекту».

Слід пам'ятати про кілька важливих передумов:

- Завжди є структури, які під час створення чогось нового впливають на інших.
- Деякі сторони можуть «убити» проект у зародку, перш ніж він отримає шанс на розвиток.
- Обмеження – це спосіб пошанування сил, а не боротьби з ними.
- Усі особи й структури, пов'язані з командою чи спільнотою, є потенційними союзниками проекту.
- Швидше за все, проект неможливо виконати лише силами команди.
- Кооперативне партнерство – це найкращий спосіб досягти успіху.

На противагу протистоянню

Рамкування (Frameworking) – протилежність конфронтації. За конфронтації ми вирішуємо, які «вороги» (уряд, певне угруповання) блокують розвиток, а потім витрачаємо багато часу та енергії на переговори, демонстрації, які можуть тільки посилити протистояння.

Рівні залучення

Чотири рівні участі включають:

1. тих, хто ухвалює основні рішення в команді;
2. тих, хто бере участь у реалізації, але не ухвалює рішень;
3. тих, хто підтримує мету, але безпосередньо не долучається до реалізації проекту;
4. тих, кого слід ознайомити з цілями проекту та діями команди.

Економічний, політичний, культурний виміри

Важливо пам'ятати про економічні, політичні та культурні аспекти роботи розширеної команди. Економічний вимір включає тих, хто може фінансувати проект і заощаджувати ресурси. Політичний вимір забезпечує організаційну та нормативну базу, в рамках якої можна працювати. Культурний вимір охоплює тих, хто долучений до роботи через особисті домовленості чи волонтерські проекти.

Рамкування (Frameworking) об'єктивує зовнішні зв'язки команди та ресурси, які є в її розпорядженні для виконання завдань, через створення партнерських відносин.

Запуск проекту

Рамкування (Frameworking) може бути найефективнішим на кількох етапах еволюції команди:

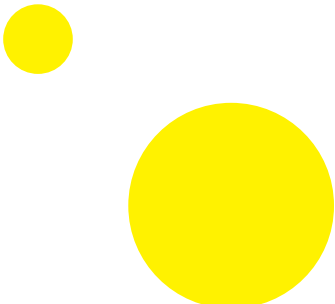
- під час створення команди, коли потрібно, щоб усі поділилися своїми контактами;
- після ухвалення командою стратегії діяльності;
- на початку впровадження будь-якого командного проекту.

Рамкування можна виконувати у групі будь-якого розміру. Що більше людей беруть участь у процесі, то відчутнішим буде результат.



Подяки

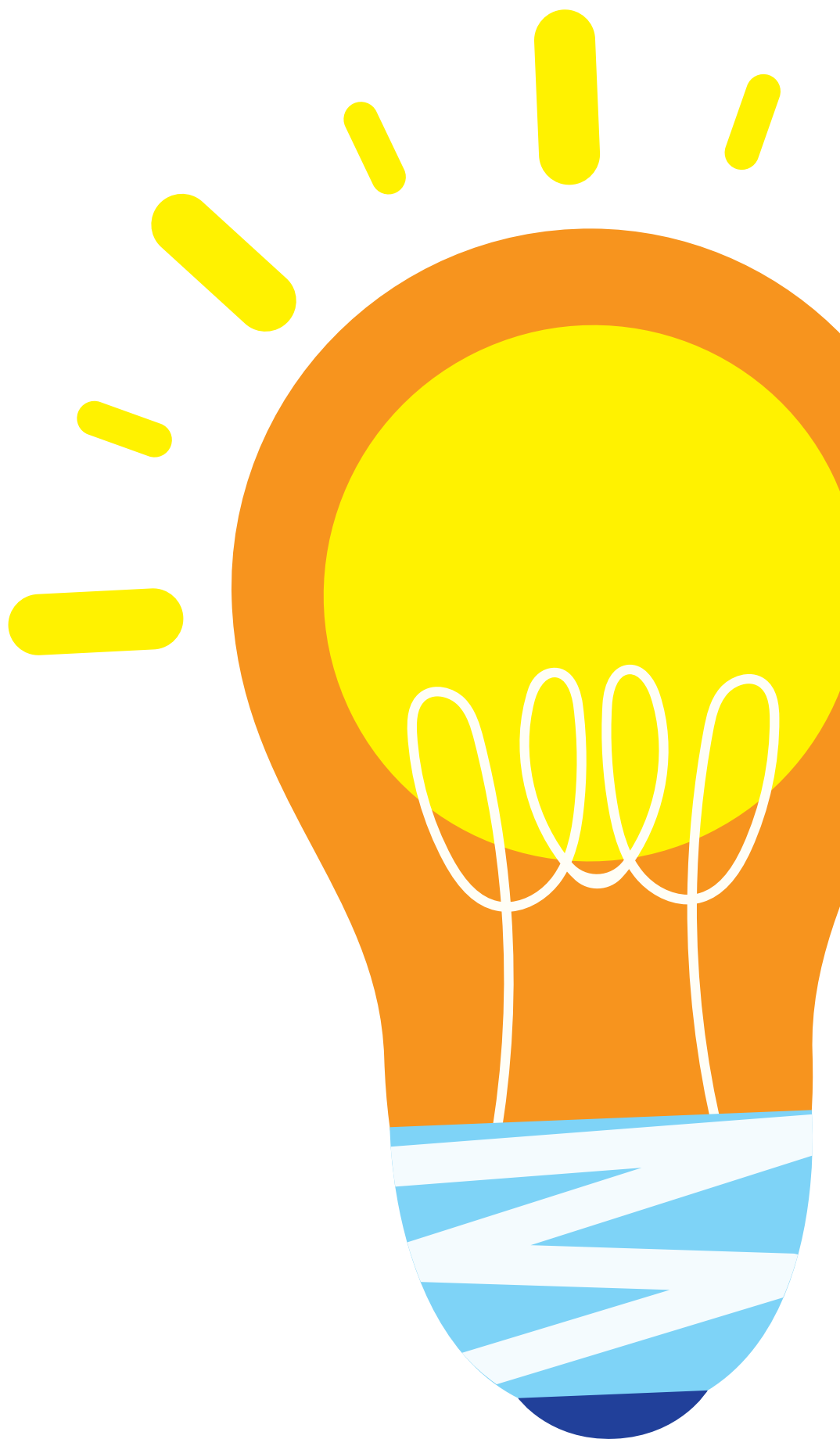
Автори та команда проєкту висловлюють подяку за зворотній зв'язок, доповнення та внесок до цього посібника з боку працівників молодіжних центрів. Без вашої участі й активного залучення не було б належного результату. Ми були щиро раді співпрацювати з Євгеном Бондаренком, Тетяною Гарбовською, Таїсією Дембовською, Уляною Єрастовою, Віктором Золотаренком, Іриною Ільченко, Вікторією Кагадій, Наталією Карпенко, Артемом Костюченком, Софією Кучерявою, Дмитром Лобановим, Альоною Луценко, Максимом Луценком, Іриною Мартинюк, Даниїлом Майоровим, Юрієм Мироненком, Галиною Пендерецькою, Яною Ткаченко, Анжелікою Улиганець, Іванною Хіміч, Оленою Черновою, Оксаною Шевчук, Лілією Шеїною, Наталією Шокуровою.



#OneUkraine

2021

#ЄдинаУкраїна



#OneUkraine 2021 #ЄдинаУкраїна

