

Національна академія педагогічних наук України
Інститут проблем виховання



Формування цифрових
компетенцій у дитячих
громадських об'єднаннях:
практичний
інструментарій

Методичний посібник

Київ - 2024

**ІНСТИТУТ ПРОБЛЕМ ВИХОВАННЯ НАПН УКРАЇНИ
ЦЕНТР РАНЬОГО РОЗВИТКУ ДИТИНИ ТА ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ
ЛАБОРАТОРІЯ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ ТА ВИХОВАННЯ**

**Формування цифрових компетенцій
у дитячих громадських об'єднаннях:
практичний інструментарій**

методичний посібник

**Івано-Франківськ
«НАІР»
2024**

УДК 37.091.2:004.67)

Ф 79

DOI <https://doi.org/10.32405/978-617-8011-96-3-2024-212>

*Рекомендовано до друку вченою радою Інституту проблем виховання
НАПН України (протокол №11 від 31 жовтня 2024 р.)*

Рецензенти:

Вайнола Р. Х. – завідувач кафедри соціальної освіти та соціальної роботи Українського державного університету імені Михайла Драгоманова, доктор педагогічних наук, професор;

Комаровська О. А. – завідувач лабораторії естетичного виховання та мистецької освіти Інституту проблем виховання НАПН України, доктор педагогічних наук, професор.

Ф 79 Формування цифрових компетенцій у дитячих громадських об'єднаннях: практичний інструментарій: методичний посібник / [Т. К. Окушко, Н. В. Харченко, С. В. Федоренко, О.В. Пащенко, Н. О. Шпиг, А. П. Кирєєва; наук. ред. Т. К. Окушко]. Івано-Франківськ: НАІР, 2024. 212 с.

ISBN 978-617-8011-96-3

Методичний посібник підготовлено в комплекті з методичними рекомендаціями «Виховання ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі» за результатами наукового дослідження лабораторії морального, громадянського та міжкультурного виховання НАПН України «Виховання ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі у дитячих громадських об'єднаннях» (2022–2024 рр.). Визначено методичні засади формування цифрових компетенцій у дитячих громадських об'єднаннях, окреслено особливості комунікаційного простору для розвитку цифрових компетенцій, важливі цифрові навички й уміння для формування цифрових компетенцій. Презентовано зарубіжний досвід з проблеми формування цифрових компетенцій дітей та молоді. Матеріал посібника доповнюють методичні рекомендації «Виховання ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі», які цілісно репрезентують кінцеві результати наукового дослідження.

Для координаторів та лідерів дитячих громадських організацій та об'єднань, науковців, студентів закладів вищої педагогічної освіти, педагогічних працівників закладів загальної середньої та позашкільної освіти, молодіжних працівників, вихователів закладів відпочинку та оздоровлення.

УДК 37.091.2:004.67

ISBN 978-617-8011-96-3

© Авторський колектив лабораторії морального, громадянського та міжкультурного виховання Інституту проблем виховання НАПН України

ЗМІСТ

Передмова	4
РОЗДІЛ 1. Методичні засади формування цифрових компетенцій у дитячих громадських об'єднаннях	
1.1. Виклики цифрового суспільства у вихованні зростаючої особистості.....	6
1.2. Переваги, ризики та можливості цифрового суспільства.....	8
РОЗДІЛ 2. Сутність та особливості формування цифрових компетенцій у відкритому просторі дитячих громадських об'єднань	
2.1. Функціонування дитячих громадських об'єднань як соціального інституту виховання у період воєнного стану.....	13
2.2. Державна підтримка проєктів дитячих та молодіжних громадських організацій у період воєнного стану.....	20
2.3. Чинники та шляхи налагодження взаємодії соціальних інститутів у вихованні дітей та молоді у цифровому освітньому просторі.....	32
2.4. Зарубіжний досвід формування цифрових компетенцій дітей та молоді в умовах самодіяльних співтовариств та об'єднань.....	36
РОЗДІЛ 3. Особливості комунікаційного простору дитячих громадських об'єднань у контексті розвитку цифрових компетенцій	
3.1. Характеристики комунікаційного простору дитячого громадського об'єднання	48
3.2. Методичний супровід формування цифрових компетенцій у дитячих громадських об'єднаннях.....	67
3.3. Цифрові уміння та навички у формуванні цифрових компетенцій... ..	73
3.4. Виховання культури безпечної життєдіяльності дітей в умовах викликів і загроз.....	78
3.5. Витоки безпеки у цифровому просторі та способи протидії кіберзагрозам.....	84
РОЗДІЛ 4. Цифрові ресурси у розвитку комунікації у дитячих громадських об'єднаннях	
4.1. Методи навчання цифрової грамотності щодо ефективного спілкування та участі в онлайн-спільнотах.....	93
4.2. Проєктна діяльність як важливий складник формування цифрових компетенцій.....	117
ДОДАТКИ	133

Передмова

Україна зіткнулася із найсильнішим випробуванням у своїй новітній історії. Широкомасштабне вторгнення російської федерації, із зазіханням на державний суверенітет та українську національну та громадянську ідентичність, виявило непохитну єдність і незламність українського народу в його прагненні до свободи та незалежності. Війна охопила всі покоління українців, тих, хто пережив жахи війни, тих, хто у своєму житті промовляв слова «тільки б не було війни», і тих, хто граючись у дитячі військові забавки, не сподівався стикнутися із справжньою війною в своєму реальному житті. Життя мільйонів українців з 24 лютого 2022 року відбувається в умовах воєнного стану, героїчної боротьби Збройних Сил і всього українського народу за право жити у вільній Україні, подвижництва й волонтерства, служіння своїй державі. Найбільше страждають діти, які зазнали вразливих психологічних травм через неймовірну кількість жахливих і травмуючих подій, постійних тривог, вибухів, артобстрілів та руйнувань, голоду, втрату рідних та друзів.

В умовах воєнного стану здійснювалося наукове дослідження лабораторії морального, громадянського та міжкультурного виховання Інституту проблем виховання НАПН України «Виховання ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі у дитячих громадських об'єднаннях» (2022–2024 рр.). Перебіг дослідження характеризували кардинальні зміни у звичному форматі діяльності дитячих громадських об'єднань, їх релокації в умовно безпечні регіони України, опрацювання та впровадження форм онлайн-діяльності.

Особливість часу поставила вимоги до напрацювання можливих і безпечних способів взаємодії, і зокрема налагодженню цифрового способу комунікації. Чимало дітей та лідерів дитячих громадських організацій та об'єднань стали біженцями та внутрішньо переміщеними особами. На перший план вийшли питання безпеки життєдіяльності дітей та учнівської молоді в умовах воєнного стану, психологічної підтримки дітей, розгортання волонтерського руху, до якого активно залучалися дитячі громадські організації

та об'єднання. Діти разом з дорослими включилися у волонтерську діяльність з допомоги біженцям, людям літнього віку, збору коштів для ЗСУ, плетіння маскувальних сіток, пропагування правил безпеки життєдіяльності серед однолітків в умовах воєнного стану.

Методичний посібник підготовлено в комплекті з методичними рекомендаціями «Виховання ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі» за результатами наукового дослідження лабораторії морального, громадянського та міжкультурного виховання Інституту проблем виховання НАПН України «Виховання ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі у дитячих громадських об'єднаннях» (2022–2024 рр.). Визначено методичні засади формування цифрових компетенцій у дитячих громадських об'єднаннях, окреслено особливості комунікаційного простору для розвитку цифрових компетенцій, цифрові важливі навички й уміння для формування цифрових компетенцій. Охарактеризовано педагогічні умови, представлено практичний інструментарій щодо формування цифрових компетенцій у дитячих громадських об'єднаннях. Представлено зарубіжний досвід з формування цифрових компетенцій дітей та молоді.

Методичний посібник підготовлено авторським колективом у складі: д-р пед. наук С. В. Федоренко (§ 2.4), канд. пед. наук Т. К. Окушко (§ 2.1; 3.1; 3.2; 3.3; 3.4; 4.1), канд. пед. наук Н. В. Харченко (§ 1.1; 1.2; 2.1; 2.2; 2.3; 4.1), канд. пед. наук Н. О. Шпиг (§ 3.1; 3.5; 4.2), О. В. Пашенко (§ 4.3; додатки 2–7, 11), А. П. Кирєєва (додатки 8, 9, 13).

Авторський колектив висловлює подяку керівникам дитячих та молодіжних громадських організацій та об'єднань О. В. Долговій, А. О. Негрієнко, М. О. Макодзєбі, Т. В. Тимочко, О. М. Поляковій за співпрацю та допомогу в дослідженні проблеми ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі у дитячих громадських об'єднаннях.

РОЗДІЛ 1

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ У ДИТЯЧИХ ГРОМАДСЬКИХ ОБ'ЄДНАННЯХ

1.1. Виклики цифрового суспільства у вихованні зростаючої особистості

Формування цифрових компетенцій у дитячих громадських об'єднаннях актуалізується в умовах цифровізації суспільства. Подібно до глобалізації та урбанізації, перетворення даних у цифрову форму вже змінило світ. Стрімке поширення інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) представляє собою непереборну силу, яка зачіпає практично всі сфери сучасного життя — економіку, суспільну та культурну сфери і визначає наше повсякденне існування.

За даними ЮНІСЕФ за 2019 рік, більш ніж половина населення Землі користувалася Інтернетом (53,6 %), що за розрахунками становить 4,1 мільярда користувачів. На глобальному рівні що третій користувач Інтернету є дитиною віком до 18-ти років. Згідно з даними, по всьому світові 71,0 % молоді вже підключений до Інтернету. Незважаючи на встановлений мінімальний вік, вважається, що близько 50,0 % дітей у віці від 10 до 12 років вже мають свій обліковий запис у соціальних мережах. В середньому підлітки віком від 15 до 17 років витрачають на Інтернет більше часу, ніж інші групи, перебуваючи в мережі близько 2,5–5,3 години залежно від країни (Захист дітей у цифровому середовищі: рекомендації для індустрій, 2020; Broadband Commission, 2019).

Формування цифрових компетенцій у відкритому просторі дитячих громадських об'єднань (ДГО) є складовою частиною процесу розвитку зрілої особистості, підготовленої до життя, готової до самоаналізу та самореалізації, здатної протистояти небажаним впливам інформаційного потоку та маніпуляціям.

Основу процесу формування цифрових компетенцій у відкритому просторі дитячих громадських об'єднань визначають наступні положення:

- світовою спільнотою цифровізація суспільства розглядається як важливий елемент сталого розвитку. Зокрема, Світовий Економічний Форум оприлюднив дослідження, що 84,0 % «технологій Інтернету речей» (IoT) можуть сприяти досягненню Глобальних Цілей Сталого Розвитку ООН. Відтак, виникає необхідність у вихованні ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі та розвитку цифрових компетенцій для успішного життєздійснення особистості дитини;

- розвиток цифрових технологій змінює сьогочасний світ і відкриває нові площини у вихованні сучасних дітей та молоді;

- актуальність формування цифрових компетенцій у цифровому відкритому середовищі зумовлюється посиленням глобальних цивілізаційних трансформацій, що спричинюють динамічні зміни в мисленні, ціннісних орієнтаціях і моралі зростаючого покоління. Доцільність розроблення таких аспектів зумовлена необхідністю розвитку виховного потенціалу дитячих об'єднань у вихованні дітей та молоді, що інтегрують якісно нові соціальні цінності та ініціативи молодого покоління;

- впровадження цифрових технологій ефективно впливає на вдосконалення освітньо-виховного процесу й підвищення його якості, проте проблеми у сфері освіти та виховання не можна усунути лише технологіями. Для оптимізації навчання та виховання дітей необхідно, щоб цифрові ресурси застосовувалися в умовах наявності добре підготовлених дорослих, мотивованих учнів та продуманої виховної системи;

- враховуючи практико орієнтований, соціальний характер діяльності громадських об'єднань, в умовах здійснення різноманітної виховної діяльності цілком можливо реалізувати поставлені завдання та відкрити можливості для виховання успішної, реалізованої особистості, яка здатна відповідати на виклики цифрового суспільства та конструктивно діяти в умовах діджиталізації.

Відтак, дитячі громадські організації та об'єднання є важливим і самостійним соціальним інститутом в українському соціумі, які здатні відповідати на запити суспільства та виклики сьогодення. У цьому сенсі стає

очевидною необхідність розвитку у дітей та учнівської молоді відповідних цифрових компетенцій. Дієвим партнером держави у царині виховання серед інших соціальних інститутів виступають дитячі громадські організації та об'єднання, які привертають все більше уваги з боку суспільства та держави, оскільки на практиці доводять спроможність до ефективних суспільних перетворень.

1.2. Переваги, ризики та можливості цифрового суспільства

Численні дослідження (S. Livingstone, J. Carr, J. Byrne, I. Rezigue, M. Beardsley, L. Albo, A. Gupta, M. Tarafdar, O. Turel, P. Parviainen, S. Carretero, Y. Punie, С. Куйбіди, К. Січкаренко, А. Олешко, А. Усатенко, О. Даннікова та інші) доводять, що відкритий цифровий світ є простором, у якому поєднані великі *можливості* (спілкування та створення спільнот за інтересами, навчання та пізнання нового, віртуальні екскурсії та подорожі, майданчики для вираження поглядів та ініціатив і ще чимало іншого) та *ризики* (маніпулювання інформацією, розповсюдження фейків, пропаганда, порушення права на повагу до приватного життя, дискримінація за різними ознаками тощо). Охарактеризуємо коротко переваги та ризики.

Цифровізація має беззаперечні переваги, які обумовлюють необхідність формування цифрових компетенцій у зростаючого покоління, зокрема:

- *соціальний зв'язок*. Цифрові технології змінили комунікаційний ландшафт, вийшовши за межі географічних кордонів і часових поясів. Канали зв'язку, такі як електронна пошта, обмін миттєвими повідомленнями та відео конференції, подолали розрив між окремими людьми та організаціями, вможлививши взаємодію та співпрацю в реальному часі. Цифрові технології дозволяють легко залишатися на зв'язку з родиною, друзями (що особливо цінно в реаліях війни з огляду на кількість ВПО та вимушених мігрантів), віддалено навчатися та працювати. Крім того, платформи соціальних медіа стали потужними

інструментами для об'єднання людей, розвитку спільнот і сприяння обміну знаннями;

- *велика кількість цифрових інструментів.* Месенджери, цифрові платформи, веб-сайти, програми та програмне забезпечення створені, щоб допомогти користувачам спілкуватися, навчатися, підтримувати зв'язок, шукати інформацію, отримувати новини тощо. Однією з найважливіших переваг цифровізації є підвищення продуктивності, що допоможе ДГО / закладу освіти працювати більш якісно та ефективно. Застосування у роботі сервісів, ресурсів, інших комплексних цифрових інструментів для створення виховних завдань, тестів, інших робочих матеріалів допомагає педагогам / дорослим лідерам ефективно використовувати свій час та зберігати людський ресурс;
- *швидкість.* Поява цифрових технологій відкрила еру безпрецедентного доступу до інформації. Швидкість Інтернету експоненціально зростає, забезпечуючи майже миттєву передачу великої кількості інформації, що відкриває нові можливості (перегляд потокового відео та аудіо в реальному часі, надсилання великих файлів, доступ до даних практично з будь-якої точки світу);
- *дистанційність та відкритість.* Цифрові технології змінили характер освіти та професійної діяльності. Цифрові інструменти дозволяють долати освітні розриви, отримувати доступ до знань онлайн. Така демократизація знань зробила освіту доступнішою, завдяки онлайн-ресурсам, електронним книгам і цифровим бібліотекам. Платформи електронної освіти надають учням гнучкий доступ до навчального контенту, дозволяючи їм навчатися у власному темпі;
- *оцифрування інформації.* Цифрова сфера проклала шлях для оцифрування та збереження інформації, забезпечивши її довговічність і широку доступність. Тому однією з найважливіших переваг є можливість отримати доступ до інформації, коли це необхідно. Однією з головних переваг оцифрування є те, що всередині ДГО або освітнього закладу

інформація стає більш доступною. Збереження документів (розробки тренінгів, сценарії виховних заходів, тести, методики, стандартизовані алгоритми для роботи з дітьми) в цифровому вигляді, а не фізично, дозволяє з відповідним доступом переглянути необхідну інформацію. Немає значення, чи працюють педагоги / дорослі лідери вдома чи у закладі – це значно полегшує роботу та дозволяє бути більш ефективними;

- *покращений досвід взаємодії для дітей, батьків, педагогів.* Швидкість і зручність обміну інформацією є значною перевагою цифровізації, коли передача даних (внутрішня та зовнішня) стає спрощеною. Надання педагогам / дорослим лідерам, виховникам дитячих громадських організацій можливості швидко знаходити відповідну інформацію та документи, допоможе дітям, батькам, колегам своєчасно отримати відповіді на запити, які їм важливі;
- *екологічність та доцільність.* Збереження довкілля – ще одна важлива перевага цифровізації. З точки зору сталого розвитку та природних ресурсів, кожна організація має зобов'язання перед теперішніми та майбутніми поколіннями. Окрім того, зручність і швидкість цифрового світу також полегшили доступ до послуг і продуктів, заощадивши час і зусилля;
- *аварійне відновлення.* Однією з найбільших переваг оцифрування документообігу та необхідних для роботи матеріалів (книг, розробок, тестів тощо) є можливість відновлення інформації та даних, які були втрачені внаслідок ризиків. У разі втрати, цифрову інформацію та документи можна легко відновити, створивши резервну копію. У результаті актив завжди буде доступним і готовим підтримувати повноцінне функціонування ДГО / освітнього закладу. Це допоможе відновити роботу фактично за будь-яких умов (мінімум – при наявності мережі інтернет), та залучити до роботи колег, тримати зв'язок з дітьми, підтримати батьків.

Разом з тим, серед *ризиків* цифровізації дослідники найбільш типовими визначають наступні:

- *психологічні наслідки*. Життя в гіпероб'єднаному світі має незаперечні психологічні наслідки. Хоча соціальні медіа та миттєва комунікація дозволяють нам залишатися на зв'язку з близькими людьми та швидко отримувати доступ до інформації, вони, серед іншого, сприяють виникненню низки проблем психічного здоров'я. Одним із найпомітніших наслідків є зростання самотності та соціальної ізоляції. Незважаючи на постійний зв'язок, люди часто почуваються роз'єднаними та нереалізованими у своїх стосунках. Це може призвести до депресії, тривоги та погіршення самопочуття;
- *надмірність інформації*. Кількість та щільність інформаційного потоку може бути занадто великою і, як наслідок, призвести до втоми від прийняття рішень. Постійне залучення у життя онлайн також може ускладнити концентрацію на важливих аспектах життя і знизити продуктивність та ресурсність;
- *виникнення культури порівняння*. Соціальні медіа створили культуру порівняння та конкуренції, де люди відчують тиск, який спонукає їх до створення та представлення зовнішньому світу ідеального образу. Це може призвести до почуття неадекватної низької самооцінки, тривоги, депресивних станів, втрати психічного благополуччя;
- *нормалізація надмірних навантажень*. Технології зробили віддалену роботу доступнішою, дозволяючи багатьом людям заробляти на життя, не виходячи з дому. Поширення цифровізації у всі сфери життя посприяло нормалізації культури роботи 24/7. Маючи постійний доступ до робочої електронної пошти та повідомлень, людям може бути важко роз'єднатися та створити межі між роботою та особистим життям. Це може призвести до вигорання та зниження вмотивованості;
- *надмірна залежність*. Технології надали здобувачам освіти інформацію, ресурси та засоби навчання. Однак надмірна залежність від технологій

може призвести до зниження навичок критичного мислення та нездатності навчатися в нецифровому середовищі;

- *розмивання конфіденційності.* Усе, що відбувається в мережі Інтернет відстежується та зберігається різними організаціями. Хоча цей факт загальновідомий, насправді користувачі не завжди мають контроль над тим, як використовуються їхні дані.

Таким чином, цифровізація, яка має переваги та недоліки, вимагає від людини відповідального ставлення та утримання балансу розумного використання.

Оскільки цифрові технології активно інтегровані у життя дітей та молоді, не можна розглядати цифровий і фізичний світи окремо. Такі можливості створюють унікальні перспективи. Спочатку глобальна пандемія COVID-19, а тепер і повномасштабне вторгнення, призвели до збільшення числа дітей, які вперше почали користуватися Інтернетом для продовження своєї освіти та підтримки соціальної взаємодії. Світ Інтернету дозволяє дітям та молоді долати несприятливі обставини та обмеженість можливостей, а також служить новою ареною для розваг, навчання, участі та формування взаємин. Сучасні цифрові платформи використовуються для різних видів діяльності, і отриманий досвід часто є мультимедійним. Таким чином, доступ і навчання використанню таких технологій, а також орієнтації в них, вважаються критично важливими навичками для розвитку молоді (Захист дітей у цифровому середовищі: рекомендації для індустрій, 2020).

Зазначимо, що формування цифрових компетентностей в учнівській молоді є важливим аспектом сучасної освіти та виховання, проте цей процес ускладнюється низкою наявних проблем та викликів:

- нерівний доступ до технологій та недостатнє технічне оснащення закладів освіти та громадських організацій (не всі діти, особливо в умовах вимушеного переселення, мають постійний доступ до стабільного Інтернет-з'єднання; часто відсутні сучасні пристрої та програмне забезпечення, необхідні для формування цифрових навичок);

- недостатня кваліфікація педагогів (виховників), що проявляється у браку знань щодо використання сучасних платформ, застосунків і методів інтеграції технологій у виховний процес;
- відсутність системного підходу (цифрові компетентності не повною мірою інтегровані у виховні програми ДГО системно; спорадичне адаптування методів формування цифрових компетентностей для дітей з різним рівнем знань та умінь);
- вразливість дітей та дорослих до кібербулінгу, шахрайства чи витоку особистої інформації;
- залежність від технологій (замість розвитку критичного мислення діти можуть надмірно покладатися на технології, що знижує їх здатність до самостійного аналізу інформації);
- відсутність розуміння етичного використання технологій (коректне використання авторських прав, дотримання цифрового етикету);
- недостатній рівень розвитку в учнівській молоді емоційного інтелекту, комунікаційних умінь і навичок взаємодії та спілкування у цифровому просторі з різними суб'єктами комунікації.

РОЗДІЛ 2

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ У ВІДКРИТОМУ ПРОСТОРИ ДИТЯЧИХ ГРОМАДСЬКИХ ОБ'ЄДНАНЬ

2.1. Функціонування дитячих громадських об'єднань як соціального інституту виховання у період воєнного стану

Більш ніж 30-річна історія становлення освітньо-виховного простору незалежної України формувалася в умовах впливу на неї і водночас її

вирішальної зворотної дії на перебіг таких базових трансформаційних процесів, як:

- утвердження незалежності, суверенітету і самодостатності великої країни – України;
- докорінна зміна, усебічна демократизація суспільних відносин та їх закріплення в Основному законі, зокрема в частині освіти;
- переведення економіки на ринкові засади;
- безумовна європейська і євроатлантична інтеграція;
- прискорення науково-технологічного прогресу і загострення глобальної конкуренції на інноваційній основі;
- інформатизація, цифровізація, інтелектуалізація усіх сфер життя;
- зростання суспільної напруженості через російську агресію і пандемію COVID-19, екологічну небезпеку;
- вирішальна і незмінна роль людини, людського потенціалу і капіталу в розв'язанні проблем розвитку людства (Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні, 2021).

Актуальність формування цифрових компетенцій у дітей та молоді у дитячих громадських об'єднаннях зумовлюється не лише посиленням глобальних цивілізаційних трансформацій, а й, в першу чергу, зазіханням з боку держави-агресора на територіальну та суверенну цілісність України, що спричинило динамічні зміни в мисленні, ціннісних орієнтаціях і моралі зростаючого покоління.

Війна негативно вплинула на діяльність громадських організацій. За даними Міністерства молоді та спорту України наслідок збройної агресії РФ близько 40% молоді в Україні були змушені залишити власні домівки. Понад 2 мільйони молодих людей стали внутрішньо переміщеними особами та ще близько 2 мільйони виїхали за межі країни». До війни в Україні функціонувало понад 300 молодіжних центрів та просторів. Станом на серпень 2022 року працює 121 молодіжний центр, а 95 – зруйновані, пошкоджені чи окуповані. Також 68% молодіжних працівників та працівниць вимушені були виїхати зі

своїх регіонів, а лише 37,6 % мають можливість здійснювати молодіжну роботу (за даними Міністерства молоді та спорту, 2022).

Разом з тим, Україна не припиняє діяльність щодо створення та функціонування соціальних інститутів в громадському секторі. Наразі, за даними Державної служби статистики в Україні зареєстровано більш ніж 1300 дитячих громадських організацій.

Втім, в умовах воєнного стану їхня діяльність ускладнюється (а часто просто унеможливується) рядом факторів, зокрема: неможливість проводити роботу через воєнні дії та евакуацію дітей; відсутність фінансових ресурсів для діяльності організації; неможливість забезпечити повною мірою безпеку життєдіяльності дітей під час виховної діяльності; зміна місця проживання дорослих лідерів та виховників тощо.

За результатами опитування, проведеного співробітниками лабораторії морального, громадянського та міжкультурного виховання щодо особливостей функціонування та діяльності дитячих громадських організацій та об'єднань в умовах війни, з початку повномасштабного вторгнення повністю функціонують та продовжують діяльність в звичному форматі 15 % організацій. Переважно це стосується організацій, які знаходяться у центральних та західних областях України, де не ведуться воєнні дії. Відновили роботу, яка носить спорадичний характер 24,5 % організацій. 60,5 % організацій тимчасово припинили діяльність. В першу чергу це пов'язано з неможливістю проводити роботу через воєнні дії та евакуацію дітей – членів дитячих об'єднань (рис.2.1).

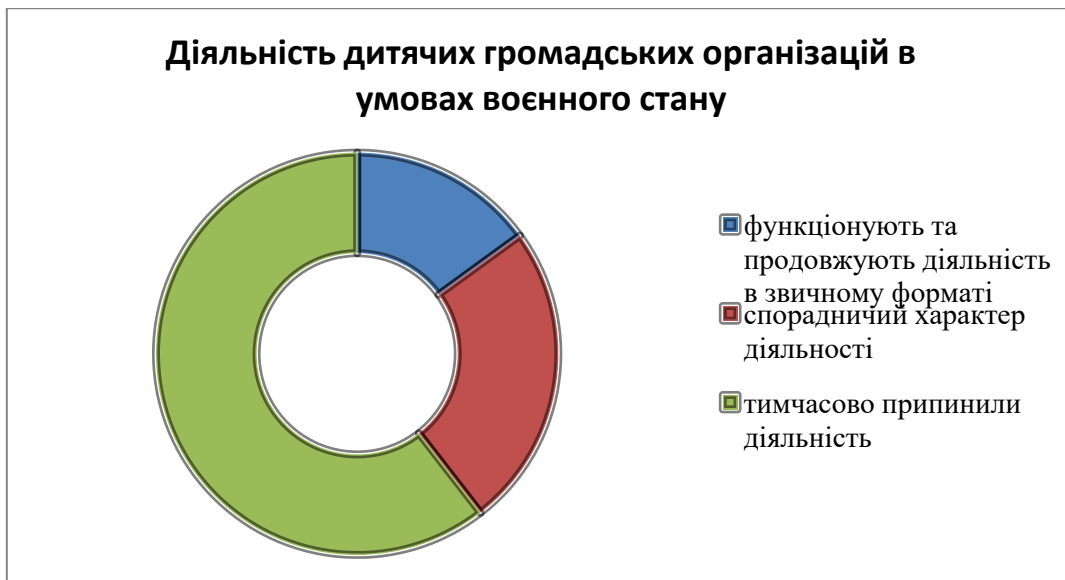


Рис.2.1. Діяльність дитячих громадських організацій в умовах воєнного стану

Станом на травень 2022 року серед дорослих лідерів більше третини виїхали за кордон (35,5 %); змінили місце проживання всередині країни 41 %; залишилися вдома 23,5 % виховників.

Опитування щодо необхідності змін у роботі дитячого об'єднання виявило певні запити від практиків (рис.2. 2). На їхню думку найважливішими та найактуальнішими завданнями для подальшого функціонування дитячих громадських об'єднань є:

- залучення до роботи дитячих організацій дитячих психологів (97,5 %);
- переформатування планів роботи організації відповідно до воєнних умов (87,5 %);
- відмова від проведення конкурсів (70 %);
- відновлення роботи «Школи вартового лідера» (52,5 %);
- переформатування традиційних конкурсів на фестивальну активність (47,5 %);
- акцентування уваги на проєктній діяльності та проєктному навчанню (45 %).



Рис.2.2. Необхідні зміни у роботі дитячого об'єднання

Серед труднощів, з якими стикнулися дитячі громадські організації в умовах війни виявилися наступні:

- припинення роботи дорослих (координаторів) у організації через зміну місця проживання, зміну місця роботи, відсутність вільного часу для громадської діяльності, необхідність пошуку додаткових фінансових джерел для сім'ї (82,5 %);
- відсутність фінансових ресурсів для діяльності організації та відсутність можливостей їх знайти (72,5 %);
- припинення дитячої активності через необхідність приділити більшу увагу власній сім'ї, навчанню (72,5 %);
- зміщення фокусу уваги членів організації у позаробочий час на волонтерську діяльність для допомоги постраждалим від війни цивільним особам та військовим (волонтерство із гуманітарною допомогою, пошуком ресурсів для військових тощо) (62,5 %) (рис.2.3).



Рис.2.3. Труднощі, з якими стикнулися дитячі громадські організації в умовах воєнного стану

Отже, основними завданнями, на яких важливо зосередити роботу організації (зараз або коли вона відновить діяльність) було визначено такі:

- проведення об'єднавчих семінарів, тренінгів, навчань (97,5 %);
- створення реплікативних тренінгових матеріалів та проєктів для членів організацій (85%).
- підтримка членів організації через онлайн-зустрічі (72,5 %).

Таким чином, через унеможливлення ведення традиційної діяльності, змінилися формати роботи організацій громадянського суспільства. На перший план вийшли потреби військових, армії, гуманітарні та інформаційні виклики, які потребують переосмислення та переакцентування діяльності.

Відповідно до потреб, які вимагають залучення кожного громадянина держави, дитячі громадські організації переорієнтовують свою діяльність, створюють та реалізують власні ініціативи та активно долучаються на допомогу армії та постраждалим внаслідок збройної агресії. Прикладом такої роботи можуть слугувати волонтерські ініціативи різних громадських організацій: допомога військовим (збір медикаментів, амуніції, техніки тощо),

гуманітарна підтримка громад, робота з дітьми та молоддю, створення дозвіллевих, освітніх та розвивальних програм, порятунк тварин, інформаційна підтримка тощо.

Молодіжна політика держави, яка опікується питаннями функціонування дитячих та молодіжних громадських організацій, активно долучає їх до вирішення важливих та актуальних запитів суспільства.

Зокрема, здійснені заходи на державному рівні, спрямовані на вирішення наявних проблем. Створено та запущено Національну Волонтерську Платформу, онлайн-портал, який в умовах війни працює як платформа для допомоги як військовим, так і цивільному населенню, створену за підтримки Мінмолодьспорту та ЮНІСЕФ, Softserve у партнерстві з Українською волонтерською службою. Із метою створення взаємодії між державними та громадськими організаціями та цивільним населенням Мінмолодьспортом в рамках діяльності платформи «СпівДія» запущено діяльність 23 Співдія хабів у 18 регіонах України (Волинській, Житомирській, Івано-Франківській, Київській, Львівській, Тернопільській, Харківській, Хмельницькій, Черкаській, Чернігівській, Миколаївській, Одеській, Сумській, Вінницькій, Дніпропетровській, Полтавській, Запорізькій областях та м. Києві) (Напрями розвитку молодіжної політики під час війни та роль молоді у цих процесах, 2022 р.).

Певною мірою, виклики сьогодення стали рушієм благочинної діяльності для багатьох дитячих громадських організацій та об'єднань, потребою в активних діях, які характеризуються новизною, випередженням, нетрадиційними способами вирішення соціальних проблем та суперечностей, творчим ставленням до справи, лідерством і, разом із тим, відповідальністю за свої дії.

2.2. Державна підтримка проєктів дитячих та молодіжних громадських організацій у період воєнного стану

Громадські організації є дієвим соціальним інститутом у процесі виховання дітей та молоді та виступають вагомим інструментом контролю з боку громадянського суспільства, зокрема за діяльністю органів державної влади.

Пошук джерел фінансування для реалізації громадських ініціатив є одним з найскладніших викликів, з якими стикається громадська організація у своїй діяльності.

В Україні до найважливіших джерел фінансування, якими користуються громадські організації, належать: бюджетні кошти (центральний та місцевий бюджети); неурядові кошти (приватні, громадські, закордонні); спонсорські кошти (індивідуальні, підприємства, бізнес); власні кошти організації (членські внески, господарська діяльність).

Ефективними механізмами розподілу бюджетних коштів є всеукраїнський Конкурс з визначення програм, проєктів (заходів), розроблених громадськими організаціями, для виконання яких надаватиметься державна фінансова допомога та реалізація Державної цільової соціальної програми «Молодь України» на 2021–2025 роки, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 02 червня 2021 р. № 579, завданнями якої є:

- підвищення рівня компетентностей молоді, у тому числі громадянських;
- підвищення рівня культури волонтерства серед молоді та її залучення до волонтерської діяльності для наближення перемоги та відновлення країни у післявоєнний період;
- активізація залучення молоді до процесів ухвалення рішень;
- зміцнення соціальної згуртованості молоді, у тому числі шляхом здійснення обмінів молоддю в межах України та у партнерстві з іншими державами і міжнародними організаціями;
- виконання програм для підготовки фахівців, які працюють з молоддю, у тому числі програми «Молодіжний працівник»;

- забезпечення функціонування молодіжних центрів, у тому числі державної установи «Всеукраїнський молодіжний центр»;
- сприяння створенню умов для розвитку спроможності інститутів громадянського суспільства для досягнення завдань Програми;
- підтримка молодіжних проєктів та виконання окремих завдань молодіжної політики (Постанова КМУ, 2021 р.).

Реалії сьогодення доводять, що сучасні громадські організації України накопичили значний досвід вирішення соціальних питань через власні проєкти та програми, які є дієвим інструментом позитивного перетворення дійсності.

Було здійснено аналіз 61 конкурсної пропозиції від 39 молодіжних та дитячих громадських організацій за пріоритетними завданнями впродовж 2022 та 2023 років (у період воєнного стану).

Державна підтримка проєктів молодіжних та дитячих громадських організацій здійснюється відповідно до Бюджетного кодексу України, Закону України «Про основні засади молодіжної політики», постанов Кабінету Міністрів України від 12 жовтня 2011 року № 1049 «Про затвердження Порядку проведення конкурсу з визначення програм (проєктів, заходів), розроблених інститутами громадянського суспільства, для виконання (реалізації) яких надається фінансова підтримка» (зі змінами), від 02 червня 2021 року № 579, «Про затвердження Державної цільової соціальної програми «Молодь України» на 2021–2025 роки та внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України» та з метою ефективного розподілу коштів, передбачених у державному бюджеті для підтримки молодіжних та дитячих громадських організацій.

Таке нормативно-правове забезпечення визначає процедуру проведення конкурсу та моніторинг реалізації конкурсних пропозицій (*таблиця 1*).

**Порядок проведення конкурсу з визначення програм
(проєктів, заходів), розроблених інститутами громадянського
суспільства, для виконання (реалізації) яких
надається фінансова підтримка»**

Організатор конкурсу	Міністерство молоді та спорту України
Рівень виконання	Україна
Адміністративно-територіальний рівень виконання	Загальнодержавний
Формат проведення конкурсу	Проєкт
Хто може брати участь у конкурсі	Конкурсні пропозиції можуть подавати молодіжні та дитячі громадські організації та їх відокремлені підрозділи, що зазначені у Реєстрі неприбуткових установ та організацій та зареєстровані як юридичні особи в установленому порядку не пізніше ніж за шість місяців до оголошення проведення конкурсу, а також відповідають нормам Закону України «Про основні засади молодіжної політики».
Цільова аудиторія	Молодь та діти

Проєкти спрямовуються на такі види діяльності: проведення акцій, засідань за круглим столом, семінарів, семінарів-тренінгів, тренінгів, зборів, конференцій, форумів, наметових таборів, зльотів, походів, зборів-походів; видання інформаційних і методичних матеріалів; виготовлення та розміщення соціальних роликів, соціальної реклами (Наказ Міністерства молоді та спорту України, 2021; Наказ Міністерства молоді та спорту України, 2022).

У 2022 році на конкурс було подано 143 конкурсні пропозиції (з них 40 – відхилено / не допущено до участі, 103 – стали учасниками Конкурсу). За рішенням конкурсної комісії фінансова підтримка була надана 49 проектам молодіжних та дитячих громадських організацій (таблиця 2).

Таблиця 2

**Розподіл конкурсних пропозицій всеукраїнських молодіжних (МГО)
та дитячих громадських організацій (ДГО), для виконання яких
надається фінансова підтримка за рахунок коштів
державного бюджету протягом 2022 року**

Всеукраїнські молодіжні (МГО) та дитячі громадські організації (ДГО), з них:	
Дитячі громадські організації	Молодіжні громадські організації
3	26
Всього:	29
Конкурсні пропозиції всеукраїнських молодіжних (МГО) та дитячих громадських організацій (ДГО), з них:	
Конкурсні пропозиції, подані дитячими громадськими організаціями	Конкурсні пропозиції, подані молодіжними громадськими організаціями
5	44
Всього:	49

Конкурсні пропозиції подавалися на розв'язання таких пріоритетних завдань:

1. Підвищення рівня компетентностей молоді з метою:

1) розвитку серед молоді громадянських компетентностей (у тому числі формування розуміння потреби у навчанні протягом життя, критичного мислення, готовності та вміння діяти самостійно, знати і відстоювати свої права, вміння швидко адаптуватися до нових умов, нести відповідальність за

свої дії та власне життя, об'єктивно оцінювати і реагувати на нові виклики, приймати рішення, керувати емоціями, розв'язувати проблеми, висловлювати і логічно обґрунтовувати власну думку, розвиток медіа грамотності, лідерства, утвердження принципів доброчесності і антикорупційних принципів, посилення відповідального ставлення до навколишнього природного середовища тощо);

2) свідомого вибору життєвого шляху молоді, її ознайомлення з процесами державотворення, механізмами функціонування і взаємодії інститутів політичної системи, діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування, професійного та кар'єрного розвитку в Україні, популяризації роботи в креативних індустріях, формування культури підприємництва (у тому числі соціального), стимулювання до відкриття власної справи, вивчення STEM та STEAM-дисциплін;

3) формування у молоді свідомого та відповідального ставлення до власного здоров'я, сприяння гармонійному психічному розвитку, збереженню репродуктивного здоров'я, культури безпеки життєдіяльності, запобігання виникненню соціально небезпечних захворювань та різних форм залежності, розвитку неформальних спортивних рухів, вуличних тренувань і фізичної культури;

4) посилення відповідального ставлення молоді до планування сім'ї та відповідального батьківства;

5) реінтеграції молоді з тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей, тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та міста Севастополя; а також адаптації і соціалізації молоді в українському суспільному просторі, поширення толерантності і солідарності, запобігання стереотипам, протидії мові ненависті та дискримінації за будь-якими ознаками, забезпечення рівних умов для різних груп молоді, передусім до молоді з інвалідністю.

2. Підвищення рівня культури волонтерства серед молоді.

3. Активізація залучення молоді до процесів ухвалення рішень (Наказ Міністерства молоді та спорту України, 2021).

Серед дитячих громадських організацій проєкти було спрямовано на реалізацію пріоритетного завдання 1 «Підвищення рівня компетентностей молоді», зокрема:

- **завдання 1.1. (проєкти та програми – 2:** Всеукраїнська акція «Молодь – за безпечний світ», Всеукраїнський екологічний фестиваль «ЕКО – це стиль мого життя!»);
- **завдання 1.3. (проєкти та програми – 2:** «Безпека в житті – життя у безпеці», «Школа безпеки»: запобігти, врятувати, допомогти»);
- **завдання 1.5. (проєкти та програми – 1:** «Народні художні промисли можливості для адаптації, профорієнтації та працевлаштування дітей та молоді з числа внутрішньо переміщених осіб та які проживають в зоні АТО/ООС «Артадаптація»).

Серед молодіжних громадських організацій проєкти було спрямовано на реалізацію пріоритетних завдань 1 «Підвищення рівня компетентностей молоді» та 2 «Підвищення рівня культури волонтерства серед молоді», зокрема:

- **завдання 1.1. (проєкти та програми – 26:** «Всеукраїнський фестиваль Тараса Шевченка «Ше.Fest» – 2022», Всеукраїнські вишколи для волонтерів, «Захочеш – і будеш», «Лицарство Архистратига», «Пі Національне Скаутське Джемборі НОСУ», Фестиваль соціальної реклами «SAAD Festival 2022», Всеукраїнський збір-похід «Козацькими шляхами», Академія Громадянський Компетентностей, Всеукраїнські новацькі табори «Навколо світу за 10 днів», Наметовий табір «Еко-Україна», Всеукраїнський табори з поглибленим вивченням іноземних мов, Всеукраїнські вишколи для виховників, Всеукраїнські ігри з популяризації здорового та активного способу життя, Школа політичного розвитку «Молодь TuT», Форум «StudyDO», «Децентралізація та молодь: просто про складне», «Шлях воїна», «Країна Веселого Народу», Курс

«NGO Event Course», Всеукраїнський 24-годинний захід «Молодвіж», «Курс Вільних Людей – 2022», Всеукраїнська молодіжна антикорупційна школа, «Ігровий кейс волонтера», Всеукраїнський семінар-практикум з ігрових форматів роботи, YouTube-проект «Ідентичність»);

- *завдання 1.2. (проекти та програми – 6:* Науковий фестиваль «OL», Всеукраїнський фестиваль молодіжних команд «Лідери таборування - 2022», «Міжнародний конкурс молодих виконавців імені Володимира Шинкарука» в рамках VIII Міжнародного молодіжного фестивалю мистецтв «Пісенний Спас», «Організація курсів професійної підготовки в спеціальних закладах для сприяння працевлаштуванню неповнолітніх та молоді, які звільняються з місць позбавлення волі», Програма розвитку та підтримки підприємницьких ініціатив та сприяння у працевлаштуванні молоді з числа ветеранів АТО/ООС «Розпочни свою справу», «ELUMUN 2022 – Львівська Міжнародна Модель ООН серед школярів»);
- *завдання 1.3. (проекти та програми – 4:* наметові табори для молоді «Життя в гармонії», Фестиваль вуличних культур «Суми Екстрим Стайл – 2022», «Кубок Патріотів», Соціальний фільм «Молодість палай. Перемога»);
- *завдання 1.5. (проекти та програми – 7:* Всеукраїнські табори для різних вікових груп спрямовані на адаптацію та соціалізацію молоді, наметовий табір для дітей та молоді «Мрій. Дій. Втілюй.», Всеукраїнський молодіжний проєкт «Інклюзивний арт-табір «В колі друзів», «Ми разом», Фестиваль гумору «Improve Fest», «Ми – українські», Інтеграція молоді з функціональними обмеженнями у суспільство «До мети – разом!»);
- *завдання 2. (проекти та програми – 1:* Від мрії – до дії!).

У 2023 році на конкурс було подано 64 конкурсні пропозиції (з них 32 – відхилено / не допущено до участі, 32 – стали учасниками Конкурсу). За рішенням конкурсної комісії фінансова підтримка була надана 12 проєктам молодіжних та дитячих громадських організацій (таблиця 3).

**Розподіл конкурсних пропозицій всеукраїнських молодіжних (МГО)
та дитячих громадських організацій (ДГО), для виконання яких
надається фінансова підтримка за рахунок коштів
державного бюджету протягом 2023 року**

Всеукраїнські молодіжні (МГО) та дитячі громадські організації (ДГО), з них:	
Дитячі громадські організації	Молодіжні громадські організації
1	9
Всього:	10
Конкурсні пропозиції всеукраїнських молодіжних (МГО) та дитячих громадських організацій (ДГО), з них:	
Конкурсні пропозиції, подані дитячими громадськими організаціями	Конкурсні пропозиції, подані молодіжними громадськими організаціями
1	11
Всього:	12

Конкурсні пропозиції подаються на розв'язання таких пріоритетних завдань:

1. Підвищення рівня компетентностей молоді з метою формування у молоді культури соціального підприємництва, стимулювання до відкриття власної справи.

2. Підвищення рівня компетентностей молоді з метою сприяння гармонійному психічному розвитку молоді, формування у молоді культури безпеки життєдіяльності.

3. Підвищення рівня компетентностей молоді з метою реінтеграції молоді з тимчасово окупованих російською федерацією територій України.

4. Підвищення рівня культури волонтерства серед молоді (Наказ Міністерства молоді та спорту України, 2022 р.).

Серед дитячих громадських організацій було представлено 1 проєкт громадської організації «Всеукраїнський громадський дитячий рух «Школа безпеки», який спрямовувався на реалізацію пріоритетного завдання 2 (проєкт «Школа безпеки: Запобігти. Врятувати. Допомогти»).

Серед молодіжних громадських організацій проєкти в тій чи іншій кількості було спрямовано на реалізацію всіх пріоритетних завдань, зокрема:

- *завдання 1 (проєкти та програми – 1: «Університет власної справи»);*
- *завдання 2 (проєкти та програми – 5: наметові табори для молоді «Життя в гармонії», виховно-вишкільний табір «Смолоскип», Всеукраїнські вишколи, спрямовані на підвищення рівня компетентностей молоді з метою сприяння гармонійному розвитку молоді, Інтеграція молоді з інвалідністю у суспільство «До мети – разом!», «UA: незламна молодь»);*
- *завдання 3 (проєкти та програми – 1: «Курс Молодого Бандерівця – 2023»);*
- *завдання 4 (проєкти та програми – 4: Всеукраїнські вишколи для волонтерів, Форум відповідального лідерства та волонтерства для дівчат, Всеукраїнський молодіжний захід «Молодвіж», Всеукраїнська серія форумів «Могутні волонтери»).*

Варто зазначити, що підготовка до проведення конкурсу з визначення проєктів, розроблених молодіжними та дитячими громадськими організаціями, для реалізації яких надається фінансова підтримка у 2022 році розпочиналася у 2021 році (оголошення Конкурсу, подання кандидатур до складу конкурсної комісії з розгляду проєктів тощо).

Тобто підготовка проєктів та подання конкурсних пропозицій відбувалися до повномасштабного вторгнення та оголошення воєнного стану. Це зумовило меншу, проте достатньо стабільну кількість конкурсних пропозицій в порівнянні з минулими роками (2019–2024 рр.) (таблиця 4).

**Кількісний розподіл всеукраїнських молодіжних (МГО)
та дитячих громадських організацій (ДГО) та конкурсних пропозицій,
для виконання яких надається фінансова підтримка за рахунок коштів
державного бюджету (2019–2023 рр.)**

ік	Молодіжні громадські організацій (МГО)		Дитячі громадські організації (ДГО)	
	Кількість МГО	Кількість конкурсних пропозицій	Кількість ДГО	Кількість конкурсних пропозицій
2019	48	77	9	14
2020	41	52	11	11
2021	34	50	4	6
2022	26	44	3	5
2023	9	11	1	1
2024	25	31	2	4

2022 рік, який мав стати роком реалізації проєктів та підготовкою до планування та подання конкурсних пропозицій на 2023 рік, став роком глобалізаційних кризових змін як у суспільстві так і у життєдіяльності кожної громадської організації.

Представленість дитячих громадських організацій у конкурсі, яка була і так значно меншою за молодіжні, у 2023 році катастрофічно знівельовалася. Втім, це пояснюється тим, що діти є тією категорією, яка найбільше підпала під евакуацію та еміграцію через турботу про збереження їхнього життя та здоров'я. Тому припинення дитячої активності є пріоритетним через необхідність приділити більшу увагу власній сім'ї, навчанню, безпеці, адаптації тощо.

Серед 12 проєктів, яким надана державна підтримка, третина присвячена підвищенню рівня культури волонтерства серед молоді, що є віддзеркаленням роботи громадських організацій, які впродовж 2022 року швидко та дієво

переорієнтували свою діяльність на нагальні потреби суспільства та держави. Прикладом такої роботи можуть слугувати волонтерські ініціативи різних громадських організацій: допомога військовим (збір медикаментів, амуніції, техніки тощо), гуманітарна підтримка громад, робота з дітьми та молоддю, створення дозвіллевих, освітніх та розвивальних програм, порятунок тварин, інформаційна підтримка тощо.

У 2024 році конкурсні пропозиції подавалися на розв'язання таких пріоритетних завдань:

1. Підвищення рівня компетентностей молоді з метою формування у молоді культури підприємництва (у тому числі соціального), професійного та кар'єрного розвитку, стимулювання до відкриття власної справи, адаптації до ринку праці в умовах війни та післявоєнний період.

2. Підвищення рівня компетентностей молоді з метою сприяння гармонійному психічному розвитку молоді, формування свідомого та відповідального ставлення до власного здоров'я та культури безпеки життєдіяльності.

3. Підвищення рівня компетентностей молоді з метою реінтеграції молоді з тимчасово окупованих Російською Федерацією територій України, а також адаптації та соціалізації молоді в українському суспільному просторі.

4. Підвищення рівня культури волонтерства серед молоді.

Проекти спрямовувалися на такі види діяльності:

- проведення акцій, засідань за круглим столом, семінарів, семінарів-тренінгів, тренінгів, зборів, конференцій, форумів, наметових таборів, зльотів, походів, зборів-походів;
- видання інформаційних і методичних матеріалів;
- виготовлення та розміщення соціальних роликів, соціальної реклами (Наказ Міністерства молоді та спорту України, 2024).

У 2024 році обрано 35 проєктів, розроблених молодіжними та дитячими громадськими організаціями, для реалізації яких надаватиметься фінансова

підтримка (серед них 31 проєкт молодіжних громадських організацій та 4 проєкти, поданих дитячими громадськими організаціями).

До Top-10 переможців конкурсу проєктів та програм дитячих та молодіжних громадських організацій у 2024 році увійшли: 1–4. Наметові табори для молоді «Загартовані духом, збагачені досвідом»; Всеукраїнські вишколи для волонтерів; Наметові табори для молоді «Життя в гармонії»; Всеукраїнські вишколи, спрямовані на підвищення рівня компетентностей молоді з метою сприяння гармонійному розвитку (усі проєкти – Молодіжна організація «ПЛАСТ» – Національна скаутська організація України). 5. Форум відповідального лідерства та волонтерства для дівчат 2.0 (ГО «Жіноча ліга»). 6. Всеукраїнські спортивні ігри (Молодіжна організація «ПЛАСТ» – Національна скаутська організація України). 7. Інтеграція молоді з інвалідністю у суспільство «До мети – разом!» (Всеукраїнська молодіжна ГО «Соціальний вектор»). 8. Розвиток підприємницьких навичок молоді та ВПО – ГО Дитяча громадська організація «Лотос»; 9. «Школа безпеки: Запобігти. Врятувати. Допомогти» (ГО ВДГР «Школа безпеки»). 10. Виховні семінари (Спілка української молоді в Україні).

Таким чином, державна підтримка громадських організацій продовжується в межах можливого, хоча в умовах воєнного стану діяльність дитячих та молодіжних громадських організацій ускладнюється (а часто просто унеможлиблюється).

Разом з тим, представлені дані засвідчують, що частина громадських організацій (переважно молодіжних) відновила та продовжує роботу та бере активну участь у житті суспільства шляхом розроблення та реалізації масштабних проєктів всеукраїнського рівня.

Список використаних джерел:

1. Наказ Міністерства молоді та спорту України від 13.09.2021 р. № 3357 «Про організацію та проведення конкурсу з визначення проєктів, розроблених молодіжними та дитячими громадськими організаціями, для реалізації яких надається фінансова підтримка у 2022 році». URL: <http://surl.li/ilcsb>. (дата звернення: 12.06.2023 р.).

2. Наказ Міністерства молоді та спорту України від 23.12.2022 р. № 5091 «Про організацію та проведення конкурсу з визначення проєктів, розроблених молодіжними та дитячими громадськими організаціями, для реалізації яких надається фінансова підтримка у 2023 році». URL: <http://surl.li/ilcsm>. (дата звернення: 12.06.2023 р.).

3. Наказ Міністерства молоді та спорту України від 28.12.2023 р. № 7792 «Про організацію та проведення конкурсу з визначення проєктів, розроблених молодіжними та дитячими громадськими організаціями, для реалізації яких надається фінансова підтримка у 2024 році». URL: <https://mms.gov.ua/>. (дата звернення: 12.05.2024 р.).

4. Постанова КМУ «Про затвердження Державної цільової соціальної програми “Молодь України” на 2021–2025 роки та внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України» від 2 червня 2021 р. № 579.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/579-2021-%D0%BF#Text>. (дата звернення: 12.06.2023 р.).

5. Простір електронних конкурсів. URL: <https://grants.vzaemo.diiia.gov.ua>. (дата звернення: 12.06.2023 р.).

2.3. Чинники та шляхи налагодження взаємодії соціальних інститутів у вихованні дітей та молоді у цифровому освітньому просторі

Перед дитячими та молодіжними громадськими організаціями та об'єднаннями постає завдання виховати людину незалежну, вільну, здатну самостійно осмислювати явища навколишньої дійсності, відстоювати свою власну думку, готову конструктивно та ефективно діяти в офлайн та онлайн просторі. Значна частина соціальних інститутів, які мають ресурсні можливості, проводить активну діяльність в онлайн: проводять лекції, курси, тримають постійний зв'язок зі своїми вихованцями, організують та реалізують проєкти тощо.

Дитячі громадські організації та об'єднання є важливим і самостійним соціальним інститутом в українському соціумі, які здатні відповідати на запити суспільства та виклики сьогодення. Взаємодія на партнерських засадах з державними органами і установами, суспільними рухами, робить їх дієвим партнером інших соціальних інститутів у розбудові громадянського суспільства та вихованні сучасних дітей.

Необхідність налагодження взаємодії соціальних інститутів у вихованні дітей та молоді у цифровому освітньому просторі обумовлена рядом чинників:

- формуванням нових вимог до змісту освіти і виховання в умовах цифрового суспільства (практико орієнтованість, пріоритет діяльнісного змісту освіти над знаннєвим) та воєнного стану (відсутність можливостей до навчання офлайн);

- необхідністю адаптації системи освіти до умов повномасштабного вторгнення та воєнного стану;
- необхідністю адаптації системи освіти до інтенсивних змін, пов'язаних з розвитком технологій (наприклад, гейміфікація, персоналізація освіти, використання доповненої реальності, штучного інтелекту тощо);
- потребами практики, орієнтованої на оновлення змісту, методів, прийомів виховання у цифровому відкритому середовищі;
- актуальністю виховання ціннісних орієнтирів у цифровому відкритому середовищі, зумовленими поширенням засобів комунікації і засобів масової інформації з використанням ІКТ;
- важливістю усунення небезпек та запобігання ризикам, які притаманні відкритому цифровому простору (жодна дитина, яка знаходиться в Інтернеті, не є повністю захищеною від ризиків, пов'язаних з перебуванням у мережі, зокрема ризики, пов'язані з контентом, контактами та поведінкою);
- розвитком суспільства 5.0., заснованим на передових цифрових технологіях, які забезпечує розвиток науки і технологій для добробуту суспільства, орієнтованого на людину.

Виходячи з цих положень, охарактеризовано наступні організаційно-педагогічні умови формування ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому просторі дитячого об'єднання: розкриття виховного потенціалу цифрового відкритого середовища (використання цифрових можливостей, подолання цифрових бар'єрів, уникнення цифрових небезпек) у практиці діяльності дитячих громадських об'єднань, усвідомлення важливості набуття дітьми та учнівською молоддю знань щодо цифрових компетенцій як ключових навичок особистості 21 століття; розроблення науково-методичного забезпечення (новітнього змісту, методів, прийомів виховання) формування цифрових компетенцій та виховання ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі у практиці діяльності громадських об'єднань; спонукання дітей до розвитку та ціннісного ставлення до

комунікацій у цифровому відкритому середовищі з дотриманням культури безпечної життєдіяльності; організація методичної роботи з педагогами та дорослими лідерами дитячих громадських об'єднань щодо виховання ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі у дитячих громадських об'єднаннях та розвитку цифрових компетенцій дітей та молоді.

- Відповідно до визначених умов взаємодія соціальних інститутів, зокрема дитячих громадських організацій та об'єднань у вихованні дітей та молоді у цифровому освітньому просторі має спрямовуватися на:
 - формування цифрового освітнього середовища, забезпечення освітян (педагогічних працівників, виховників) методичним онлайн-інструментарієм (методик, технологій, ресурсів, сервісів);
 - розробку регламентів та протоколів функціонування цифрового виховного середовища, підвищення інформаційної відкритості та прозорості;
 - розвиток професійних інтернет-спільнот для обміну досвідом та підвищення кваліфікації, налагодження механізмів зворотного зв'язку;
 - створення нових та модернізацію існуючих можливостей для соціалізації та виховання дітей та молоді в цифровому просторі;
 - модернізацію виховного процесу, спрямованого на підготовку дітей та молоді до самореалізації в умовах цифрового суспільства;
 - підготовку соціальних інститутів до функціонування в умовах змін (впровадження технологій, оптимізація процесів, гнучкість вимог, зміна освітніх та виховних парадигм, мобільність освітніх та виховних послуг);
 - формування у дітей та молоді навичок: когнітивних (логічне і креативне мислення, цифрова грамотність, уміння вирішувати проблеми); соціальних (особистісні якості, здатність бути ефективними в цифровому просторі, готовність отримувати новий досвід, сумлінність, емоційна стабільність, саморегулювання, неконфліктність, прийняття рішень,

навички міжособистісного спілкування); технічних (навички, необхідні для роботи за конкретною професією в умовах цифровізації) тощо;

- розроблення, обґрунтування та впровадження в діяльність соціальних інститутів (дитячих та молодіжних громадських об'єднань та закладів освіти) новітнього змісту, методів, прийомів виховання ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі; формування цифрових компетенцій як ключових навичок особистості 21 століття.

Враховуючи практико орієнтований, соціальний характер діяльності громадських об'єднань, в умовах здійснення різноманітної виховної діяльності цілком можливо реалізувати поставлені завдання та відкрити можливості для виховання успішної, реалізованої особистості, яка здатна відповідати на виклики цифрового суспільства та конструктивно діяти в умовах діджиталізації.

Список використаних джерел

1. Захист дітей у цифровому середовищі: рекомендації для індустрій (2020). Міністерства цифрової трансформації України. URL: https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/news_post/2021/1/za-initsiativi-mintsifri-pidgotuvali-rekomendatsii-shchodo-zakhistu-ditey-u-tsifrovomu-seredovishchi/COP_Guidelines_Industry_UA_fin66.pdf
2. Livingstone, S., Carr, J., and Byrne, J. (2015) One in three: The task for global internet governance in addressing children's rights. Global Commission on Internet Governance: Paper Series. London: CIGI and Chatham House, <https://www.cigionline.org/publications/one-three-internet-governance-and-childrens-rights>.
3. Broadband Commission, «Child Online Safety: Minimizing the Risk of Violence, Abuse and Exploitation Online» (2019), Broadband Commission for Sustainable Development, October 2019, 84, https://broadbandcommission.org/Documents/working-groups/ChildOnlineSafety_Report.pdf.
4. Мінмолодьспорту активізує співпрацю з польськими фондами задля збільшення обсягів допомоги Україні. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/minmolodsportu-aktivizuiie-srivpratsiu>. (дата звернення: 12.08.2022 р.).
5. Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні: монографія / Нац. акад. пед. наук України. Київ : КОНВІ ПРІНТ, 2021. 384 с.
6. Rezigue I. The impact of digital society on human lives. URL: <https://medium.com/digital-society/the-impact-of-digital-society-on-human-lives-6759825378b>
7. Beardsley, M., Albó, L., Aragón, P., & Hernández-Leo, D. (2021) Emergency education effects on teacher abilities and motivation to use digital technologies. *British Journal of Educational Technology*, 52(4), 1455-1477.
8. D'Arcy, J., Gupta, A., Tarafdar, M., & Turel, O. (2014). Reflecting on the «dark side» of information technology use. *Communications of the Association for Information Systems*, 35, 5. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.03505>.

9. He, Q., Turel, O., & Bechara, A. (2017). Brain anatomy alterations associated with social networking site (sns) addiction. *Scientific Reports*, 7(paper 45064), 1–8. <https://doi.org/10.1038/srep45064>.
10. Qahri-Saremi, H., & Turel, O. (2016). School engagement, information technology use, and educational development: An empirical investigation of adolescents. *Computers & Education*, 102, 65–78. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.07.004>.
11. Turel, O., Poppa, N. T., & Gil-Or, O. (2018). Neuroticism magnifies the detrimental association between social media addiction symptoms and wellbeing in women, but not in men: A three-way moderation model. *Psychiatric Quarterly*, 89, 1–15. <https://doi.org/10.1007/s11126-018-9563-x>.
12. Parviainen, P., Tihinen, M., Kääriäinen, J., & Teppola, S. (2022). Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice. *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5(1), 63–77. <https://doi.org/10.12821/ijispm050104>

2.4. Зарубіжний досвід формування цифрових компетенцій дітей та молоді в умовах самодіяльних спітовариств та об'єднань

Стрімкий розвиток інформаційних технологій створив цифровий освітній простір, який висуває нові вимоги до підготовки підростаючого покоління до життя у суспільстві. З точки зору освіти цифрові технології є групою дидактичних і виховних засобів, що включають електронні мультимедійні засоби, комп'ютерні мережі, освітні софти; Інтернет мережу (Web 2.0); інструменти Web 3.0 – відкриті освітні ресурси, 3D-ігри, нейронні мережі тощо; хмарні сервіси (Google, Microsoft) та ін; нове покоління пристроїв віртуальної реальності та штучного інтелекту тощо. До переваг нових технологій можна віднести інтерактивність, гнучкість і всебічність процесу навчання і виховання, раціональність використання місця і часу, різноманітність каналів, засобів і форм доставки освітнього контенту, що забезпечує мультимодальний характер формування цифрових компетенцій дітей та молоді.

Все це породило потребу в розгляді нових педагогічних підходів до навчання і виховання, серед яких все більшої популярності набирає х'ютагогіка / евтагогіка (heutagogy), основою якої є так зване «подвійне навчання» (*double-loop learning*) та саморефлексія [10]. Під час «подвійного навчання», на додаток до роздумів про процес вирішення проблеми та власне її розв'язання, молоді люди також розглядають те, як цей процес вирішення впливає на їхні власні переконання та дії, «ставлять під сумнів і перевіряють

власні цінності та припущення для підвищення рівня навчання, тобто удосконалюють свої метакогнітивні здібності» [11, с. 45–46]. Завдяки подвійному фокусу на компетентностях та метакогнітивних здібностях, х'ютагогіка забезпечує певним чином успішну результативність формування цифрових компетенцій підростаючого покоління.

Згідно з теорією х'ютагогіки, молоді люди в процесі міжособистісної взаємодії виявляють чітко виражені: самоефективність на основі постійних роздумів над власним процесом саморозвитку і самовиховання; навички спілкування та співпраці; креативність, особливо у застосуванні цифрових компетенцій у нових та незнайомих ситуаціях, а також завдяки гнучкому та критичному мисленню [10].

Х'ютагогіка була визначена як потенційна теорія застосування новітніх технологій в освіті на різних рівнях і в різних навчально-виховних контекстах [10]. Саме здобутки цієї педагогічної теорії стали в нагоді у сучасних умовах, які вимагають симбіозу інформаційних технологій та дистанційної освіти. Остання своєю чергою одночасно вимагає і сприяє розвитку самостійності дітей та молоді [15].

На практиці х'ютагогіка спирається на Інтернет (Web 2.0) та соціальні медіа, що заохочують взаємодію, роздуми в діалозі, співпрацю та обмін інформацією, а також сприяють розвитку автономності підростаючого покоління [14]. Зокрема створення молодими людьми медіа контенту на основі мультимодального підходу підтримує їх розвиток когнітивних та метакогнітивних навичок. Тоді як пасивне використання та / або споживання інформації є менш ефективним для підтримки розвитку цих навичок [5].

Сьогодні в практиці зарубіжних педагогів у межах х'ютагогіки чільне місце посідають *метод синдикату, метод «навчання на місці», цифрові ігри, метод мультимодальних завдань і метод проєктів.*

Перший із зазначених вище *метод синдикату* передбачає розподіл групи молодих людей на підгрупи (так звані, «синдикати») по п'ять-шість осіб у кожній. Він ґрунтується на пізнавально-пошуковій діяльності групи у межах

«синдикату», які на чолі з обраним «головою синдикату» працюють над вирішенням різних аспектів однієї проблеми і, як підсумок, представляють спільний колективний звіт у письмовій (електронній) або усній формі для загального обговорення [7].

Реалізація методу синдикату відбувається в шість етапів [8]:

1) *«етап формування»* – члени групи знайомляться один з одним (за потреби, обирають «голову») і з поставленим завданням;

2) *«етап штурму»* – фокусується на визначенні напрямів колективної пошукової діяльності для знаходження способів вирішення поставленого завдання. Цей етап може бути найбільш проблемним для групи і викладача, оскільки має забезпечити позитивну динаміку діяльності в разі виникнення конфліктів між студентами. Викладач має заохочувати членів групи до практики активного слухання, пошуку шляхів компромісу на основі толерантного ставлення один до одного та поваги до думок інших;

3) *«етап нормування»* – члени команди коригують спільну поведінку, узгоджуючи свою власну позицію з іншими зацікавленими позиціями. На цьому етапі «формування синдикату як спільноти» члени групи починають безпосередньо домовлятися про цінності, стратегії, правила і табу «групової поведінки»;

4) *«етап виконання»* – характеризується взаємозалежністю, активною співпрацею, цільовою спрямованістю на завдання, а отже, інтенсивною навчально-пізнавальною груповою діяльністю. Це може бути найбільш продуктивний етап групової роботи у плані її функціонування як цілісної системи, хоча і не всі групи можуть досягти такого високого рівня функціонування. Тим не менше, адекватне скеровування і стратегічна допомога викладача підвищує ймовірність високої продуктивної діяльності групи;

5) *«етап коригування»* – ґрунтується на уточненні підсумків обговорення з метою остаточного оформлення кінцевого результату в межах кожного «синдикату»;

б) *«етап рефлексії та розпуску синдикату»* є етапом презентації колективних результатів усіх «синдикатів» та ретроспективного аналітичного осмислення колективної діяльності кожного «синдикату», за чим слідує «розпуск» його членів.

Виокремлюють такі основні форми організації навчально-пошукової діяльності у межах методу синдикату:

- *самодостатні синдикати* (використовуються переважно на повторне закріплення вивченого матеріалу та раніше обговорених морально-етичних дилем у межах кожного «синдикату» без обрання «голови»; діяльність цих «синдикатів» не потребує зворотного зв'язку, тобто не передбачає підсумкового звітування; ці «синдикати» зорієнтовані на спільну мету, яка може бути досягнута лише в результаті самостійної діяльності кожного члена «синдикату» та за умови постійної взаємодії усіх його членів);
- *синдикатні пари* (кожний утворений «синдикат» розбивається на пари, де два студенти обговорюють тему між собою без зворотного зв'язку з усією групою, але зі звітом у межах свого «синдикату»; ефективність цієї форми спрацьовує у великих групах і групах, у яких молоді люди не знайомі один з одним);
- *злиті синдикати (2–4–8)* (передбачається розподіл групи спочатку на пари, що обговорюють задану тему або проблему протягом фіксованого часу (скажімо, 10 хв.), а потім об'єднуються з іншою парою, утворюючи групу з чотирьох осіб, яка продовжує розглядати ту саму тему або проблему; згодом, після ще 10 хв., група з чотирьох осіб зливається у групу з восьми осіб і надана тема або проблема обговорюється знову);
- *синдикати зворотного зв'язку* (група розбивається на «синдикати» по 5–8 учасників, де кожний «синдикат» працює зі своєю темою / проблемою і досягає певного результату; через установлений проміжок часу «синдикат» відправляє «посланця» до інших «синдикатів», щоб повідомити їм про свої результати, які можуть бути прийнятими або

відкинутими іншим «синдикатом». Місія «посланця» полягає в донесенні підсумків обговорення свого «синдикату» якомога більшої кількості «синдикатів» або вона може бути зупинена після того, як надсилається перше повідомлення про її результативність. Немає необхідності для повної групи підбивати підсумки результатів. Ця форма сприяє створенню комфортного середовища для активної взаємодії учасників «синдикатів», коли вони спроможні поділитися своїми думками, поглядами проаналізувати власний досвід. Водночас, повторюваність певних способів дій об'єктивує процес мислення у формі моделей або візуальних схем, уможливлуючи подальше проєктування розвитку діяльності) [6].

Таким чином, у процесі взаємодії в «синдикаті» молоді люди поглиблюють власні знання, шукаючи особисту значущість у різних площинах тієї чи іншої проблеми. Зазначений метод розвиває здатність до критичного аналізу та комунікативні навички шляхом збору й інтерпретації даних із різних джерел, що загалом сприяє метапізнанню. У синдикатних групах з метою вирішення поставленого завдання молоді люди вчаться дослухатися до альтернативних аргументів своїх колег, стають відкритими до асиміляції конструктивних ідей інших у межах власної розумової сфери. Одночасно молоді люди набувають досвіду активного співробітництва під час виконання навчального завдання у «синдикатах» – аналізу, класифікації та синтезу матеріалу, що сприяє розвитку самостійності суджень. Індивідуальне розуміння матеріалу (шляхів вирішення морально-етичної дилеми) збагачується думками інших членів «синдикату», що сприяє породженню нових ідей. Навчально-пізнавальна взаємодія всіх членів групи сприяє їхній успішній соціалізації, розкриттю сутнісних сил, розвитку толерантності й емпатії, формуванню особистої відповідальності за власний успіх й успіх інших.

Слід зазначити, що на основі методу синдикату зарубіжні педагоги пропонують проводити виховний захід «Позитивно орієнтоване дослідження» в умовах самодіяльних співтовариств та об'єднань [1]. Основні очікувані результати цього заходу передбачають виховання поваги до різних точок зору,

розвиток здатності підтримувати діалог, навчатися й обмінюватися досвідом в процесі діалогу та вдосконалювати стратегії вибудови ефективного діалогу. Спершу учасники цього виховного заходу знайомляться з технологією позитивно орієнтованого дослідження (англ. *appreciative inquiry*), досліджуючи значення цього поняття в мережі Інтернет. При цьому потрібно пояснити учасникам заходу, що вивчення сутності цієї технології слід здійснити шляхом аналізу двох слів її оригінальної англійської назви *appreciative inquiry*, тобто дослідження, в якому зосереджуються на тих аспектах ситуації, які є позитивними і цінними для людей тієї чи іншої організації [1].

Відзначимо, що це теорія управління, яка ґрунтується на припущенні, що в кожній громаді, групі чи організації є щось ефективне. Вона також передбачає, що якщо людина планує взяти з собою частину минулого, то це має бути найкраща частина. Базовими принципами позитивно орієнтованого дослідження є такі [1, с. 104]:

- у кожному суспільстві, організації чи групі є щось ефективне;
- те, на чому ми зосереджуємо свою увагу, стає нашою реальністю;
- реальність твориться в даний момент, і є багато реальностей;
- запитання, звернені до певної організації чи групи, впливають на цю організацію чи групу певним чином;
- люди прямують до майбутнього (невідомого) більш впевнено та з більшою надією, коли беруть із собою частину минулого (відомого);
- якщо, вирушаючи в цей шлях ми беремо з собою частину минулого, це має бути найкраща його частина;
- важливо цінувати відмінності;
- наша мова творить нашу реальність.

Після вивчення вказаного вище поняття учасники в форматі мозкового «штурму» висловлюють своє розуміння записаних на двох фліп-чартах слів «цінувати» та «дослідження» шляхом ведення діалогу. На переконання В. Ісаакса, «діалог – це розмова, під час якої люди думають разом у взаємодії один з одним. Роздуми разом означає, що ви більше не сприймаєте власну

позицію як остаточну. Ви послаблюєте свій контроль над незаперечною реальністю і дослухаєтеся до ймовірних можливостей, що виникають просто будучи у взаємозв'язку з іншими ймовірними можливостями, яких в іншому випадку могло б не існувати» [12, с. 6]

Наступний крок передбачає окреслення учасниками своїх позицій щодо двох основних цілей позитивно орієнтованого дослідження (наприклад, відзначення певних спільних успіхів та виокремлення тих позитивних аспектів діяльності групи, які сприяють зростанню кожного її члена). Далі надається час (5 хв.) учасникам поміркувати над тим, яке значення вони вкладають у кожен з цих цілей та поділитися своїми думками й обговорити їх у загальному колі чи в малих групах.

Потім розглядаються чотири основні етапи технології позитивно орієнтованого дослідження, які комплексно утворюють так званий цикл 4D, де:

- 1 Д – це дослідження «Що дає життя?» (найкраще з того, що є). На цьому етапі відбувається вивчення наявної ситуації шляхом постановки запитань «зі знаком плюс» для збору інформації. Наприклад: «Чим ви пишаєтеся в нашій спільноті?» або «Що ви найбільше цінуєте в нашій організації?» (запитання, що звільнюють мислення; запитання, спрямовані на пошук базових причин; запитання «замість»; запитання «чому»; запитання для з'ясування суті).
- 2 Д – це мрія (англ. dream) «що могло б бути?» (чого вимагає світ?), формулювання бажаних результатів. На цьому етапі учасники формують мрію – образ того, «що могло б бути», яка має ґрунтуватися на відкриттях першого етапу. Така робота може здійснюватися індивідуально, в суспільно активних групах або із залученням представників зацікавлених сторін з громади. На цьому етапі формується певне бачення майбутнього, яке спирається на найкращий досвід минулого.
- 3 Д – це дизайн «Як має бути?», спільне визначення цілей і завдань. На цьому етапі учасники розробляють стратегії і плани для втілення своїх дій.

- 4 Д – це доля «Як надихати, навчатися і пристосовуватися / імпровізувати? (чого вимагає світ)», реалізація плану і впровадження дій. Це заключний етап, коли здійснюються заходи, покликані наблизити учасників до спільної «мрії» [1].

Метод «навчання на місці» вирізняється тим, що процес виховання ціннісного ставлення до комунікацій відбувається у визначених місцях та спрямовано на ознайомлення з історією, культурою, економікою тощо певного регіону або навіть країни в цілому. Одним з основних завдань методу «навчання на місці» є з'ясування нагальних проблем громади шляхом безпосередньої взаємодії у конкретному місці задля пошуку ефективних шляхів їхнього вирішення [16; 17].

Місцю притаманний важливий навчально-виховний вплив, оскільки воно допомагає молодим людям краще зрозуміти контексти пізнання та особистої ідентичності. Специфіку місця, його значущості визначають три основні аспекти: 1) розташування (location), 2) місце дії / місцевість (locale) та 3) відчуття місця (sense of place) [9, с. 132].

Місце розглядається як «матеріальне середовище для соціальних відносин», яке сприяє розвитку «здатності людини виробляти та споживати значення» [9, с. 7]. Люди, як зазначає професор географії людини (human geography) Т. Кресвелл, можуть використовувати місця як «ефективні засоби для пізнання і розуміння світу» [9, с. 135]. Наголошуючи на тому, як те чи інше місце допомагає створювати знання, Т. Кресвелл [9] виходить за межі загальноприйнятих уявлень про місце як про межі людської діяльності. Місце, на його переконання, є матеріальним актантом – активним, значущим учасником ситуації, який насправді формує сприйняття, думку та дії. Люди відчують місця і, частково, ці місця будують їхній соціальний світ [9, с. 31–33]. Мовлення, рухи та думки відбуваються на місці і формуються відповідно до певного місця. Іншими словами, «місце є головним для побудови сенсу та суспільства» [9, с. 32].

При цьому важливо пам'ятати, що місця певною мірою характеризуються соціальним аспектом побудови. Як приклад соціальної побудови місця, Т. Кресвелл [9] наводить образ мікрорайону в Нью-Йорку, включаючи його забудови, зв'язки з мотивами людей та інвестиціями громади: будинки, парки, дерева, які були посаджені, дороги та ресторани були буквально «вбудовані» – часто з метою отримання прибутку, а також з інших причин, зокрема суспільно значущих. Сади громади не є «природними», але були розміщені там невтомними зусиллями місцевих жителів. На додаток до описаного вище, місцям надається значення через їхні найменування. Місця також отримують значення через зонування (або створення меж / кордонів), що визначає, які площі вважаються «тут» або «там». У такий спосіб деякі способи соціальної побудови місць здійснюються за допомогою архітектури й іменування. Тому певні об'єкти та мова беруть участь у цих процесах [9].

Крім природного середовища, цей метод використовує можливості виховання в місцевій громаді. Він може включати проєктну діяльність із залученням членів громади, яка відповідає на такі запитання, як-от:

- Які важливі соціальні питання існують у громаді?
- Як працює транспортна система регіону? Які шляхи її поліпшення?
- Яким було життя людей, які жили тут у минулому? Які наслідки їх діяльності простежуються сьогодні? Які аспекти їхнього життя можна запозичити для сталого розвитку громади? [4].

Будь-яке місце багате на можливості для самонавчання і (само)виховання. Метод «навчання на місці» може зробити певну локацію частиною онлайн-навчання. Адаже сьогодні зростає кількість цифрових інструментів та технологій, які підтримують навчально-виховну діяльність у межах того чи іншого самодіяльного співтовариства або об'єднання, не потребуючи того, щоб його члени були разом одночасно в одному місці. Обмін зображеннями та спільні підходи до постановки завдань полегшують співпрацю [2; 3; 4]. Так, місце може бути нерухомою точкою, де є доступ до віртуальної інформації. Пристрої, що знають місце розташування, такі як мобільні телефони, можуть

використовуватися для запуску подій. Такі інструменти можна використовувати для пошуку нових локацій, зберігання та візуалізації даних, пошуку додаткової інформації.

Цікавим є поєднання застосування методу «навчання на місці» на основі новітніх технологій з цифровими іграми, методом проєктів та методом мультимодальних завдань. Останній характеризується міждисциплінарністю та сприяє розвитку у студентів креативності й уяви [13, с. 87]. У назві методу слово «мультимодальний», що базується на різних способах спілкування та самовираження особистості, у найкращий спосіб відображає використання медійних і цифрових технологій. Метод мультимодальних завдань вимагає від молодих людей умілого користування різноманітними способами передачі інформації в мінливому соціокультурному контексті сьогодення з метою створення мультимодальних текстів, у яких для вираження думок використовуються не тільки слова, а й аудіо/відео формат, фото та інші різноманітні візуальні елементи.

Прикладами мультимодальних завдань є створення блогів, колажів, аудіо/відео есе, коміксів, мультимедійних журналів тощо, а також веб-квести, беручи участь у яких, молоді люди самостійно здобувають необхідні знання з використанням можливостей телекомунікаційних мереж. Вважаємо за доцільне розглянути декілька прикладів з зарубіжного педагогічного досвіду.

Цифрові ігри для розширення можливостей та інклюзії у межах проєкту MASELTOV (Mobile Assistance for Social Inclusion and Empowerment of Immigrants with Persuasive Learning Technologies and Social Network Services (www.maseltov.eu/)) є прикладом використання мобільних пристроїв для розробки технологічних і інклюзивних можливостей навчання, зокрема для мігрантів. Цей проєкт спрямовано на способи використання смартфонів для мотивації та підтримки мовних та культурних знань. Також розроблений у межах цього проєкту мобільний додаток використовується для визначення місця перебування користувачів та надання навчальних ресурсів, пов'язаних із

цим місцем. Навчальні заходи доступні для багатьох місць, включаючи банки, вокзали, магазини та медичні центри в різних містах [4].

Проект SALSA (Smart cities and language learning (www.open.ac.uk/blogs/salsa/)) досліджує вивчення мови за допомогою смартфонів у міському середовищі, як частина ініціативної програми *Smart City*. Його мета полягає у покращенні навичок розмовної англійської мови молодих людей у місті. Так, гуляючи містом, молоді люди отримують підказки для вивчення або вдосконалення мовних навичок: маячки *Bluetooth* надсилають підказки додатку та запускають відповідний контент, коли смартфон тієї чи іншої молодшої людини знаходиться в межах досяжності. Наприклад, під час очікування на автобусній зупинці людина може знаходитись біля маячка SALSA і це призводить до отримання телефонного повідомлення через додаток. У сповіщеннях звертається увага на доступну мовну діяльність. Наприклад, це можуть бути комунікативні вправи з вивчення лексики, пов'язаної з поїздками на автобусі, зокрема придбання квитка або звернення до водія автобуса щодо його маршруту та необхідної зупинки.

Таким чином, метод «навчання на місці» може використовуватися у будь-якій площині знань, охоплюючи культуру, історію, географію тощо. Мобільні пристрої відкривають нові можливості у навчально-виховній діяльності самодіяльних співтовариств та об'єднань. Вони можуть використовуватися для додавання віртуальної інформації до фізичних налаштувань, а також пропонують складний набір інструментів, які можна використовувати у формуванні цифрових компетенцій дітей та молоді.

Список використаних джерел

1. Британська рада. Активні громадяни. Посібник фасилітатора. URL : https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/ac_toolkit_19th_aug_2014_final_version_ukr_2015_2.pdf
2. Кравченко Т. В. Формування громадянської ідентичності студентів закладів вищої освіти Великої Британії : дисертація на здобуття ступеня доктора філософії (освітні, педагогічні науки). Київ, 2023. С. 228.
3. Федоренко С. В. Теорія і методика формування гуманітарної культури студентів вищих навчальних закладів США : дис. ... докт. пед. наук. Київ, 2017. 551 с.

4. Шаранова Ю. В. Виховання громадянськості студентів у закладах вищої освіти США : дисертація на здобуття ступеня доктора філософії (освітні, педагогічні науки). Київ, 2021. 288 с.
5. Blaschke L. M., Porto S., Kurtz G. Assessing the added value of Web 2.0 tools for e-learning: The MDE experience. *Proceedings of the European Distance and E-learning Network (EDEN) Research Workshop*, October 25-27, 2010. Budapest, Hungary, 2010. URL : https://www.academia.edu/341690/Assessing_the_added_value_of_Web_2_0_tools_for_e_learning_The_MDE_experience
6. Buon T. Not Another Syndicate Group. Making Group Work a Worthwhile Exercise. *Development and Learning in Organization*. 2004. Vol. 18, № 1. P. 15-17.
7. Collier K. G. Peer-group Learning in Higher Education: The Development of Higher Order Skills. *Studies in Higher Education*. 1980. Vol. 5, № 1. P. 55-62.
8. Collier G., Clarke R. Syndicate Methods: Two Styles Compared. *Higher Education*. 1986. Vol. 15, № 6. P. 609-618
9. Cresswell T. Place: A Short Introduction. Wiley-Blackwell, 2004. 153 p.
10. Hase S., Kenyon C. Heutagogy: A child of complexity theory. *Complicity: An International Journal of Complexity and Education*. 2007. Vol. 4, № 1. P. 111-119.
11. Hase S. Heutagogy and e-learning in the workplace: Some challenges and opportunities. *Impact: Journal of Applied Research in Workplace E-learning*. 2009. Vol. 1, № 1. P. 43-52.
12. Isaacs W. Dialogue and the Art of Thinking Together: A Pioneering Approach to Communicating in Business and in Life. New York : Currency, 1999. 428 p.
13. Luke C. Cyber-Schooling and Technological Change: Multiliteracies for New Times. *Multiliteracies: Literacy Learning and the Design of Social Futures* / B. Cope & M. Kalantzis (Eds.). London : Routledge, 2000. P. 69-91
14. McLoughlin C., Lee M. J. W. Personalized and self-regulated learning in the Web 2.0 era: International exemplars of innovative pedagogy using social software. *Australasian Journal of Educational Technology*. 2010. Vol. 26, № 1. P. 28-43. URL : <http://www.ascilite.org.au/ajet/ajet26/mcloughlin.pdf>
15. Peters O. Learning and teaching in distance education: Analyses and interpretations from an international perspective. London : Kogan Page, 2001. 248 p.
16. Pompos M. Investigating Place in the Writing Classroom: Designing a Place-Based Course with a Local Service-Learning Component. Master's Thesis. University of Central Florida, 2012. 204 p.
17. Rios G. R. Cultivating Land-Based Literacies and Rhetorics. *Literacy in Composition Studie*. 2015. Vol. 3, № 1. P. 60-70.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ДИТЯЧИХ ГРОМАДСЬКИХ ОБ'ЄДНАНЬ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ

3.1. Характеристика комунікаційного простору дитячого громадського об'єднання

Поняття «комунікації» загалом і, зокрема у цифровому просторі, є досить широко досліджуваним феноменом як в українській, так і зарубіжній науці. В науці існує широка полісемія, що налічує більше ніж 150 дефініцій поняття, а остаточно узгодженого наразі не існує. Комунікація (з лат. Communication) означає єдність, передавання, з'єднання. Зрозуміло, що протягом існування людства термін «комунікація» набував трансформаційних змін, а з появою комп'ютерних засобів та світової павутини, змінилися підходи до комунікацій людей на всіх рівнях, а Інтернет став широким комунікаційним простором інформаційного суспільства. Цифрові ж комунікації передбачають обмін цифровим контентом у мережевому середовищі з використанням ІКТ, Інтернету, технічних засобів для прийняття, опрацювання, зберігання та поширення інформації. Отже, комунікація виникає шляхом взаємодії між суб'єктами для досягнення цілей спілкування або обміну інформацією.

Джерельна база здійснених досліджень щодо комунікацій охоплює досить широке коло проблем, зокрема комунікація як проблема інформаційного суспільства, застосування ІКТ в освіті, розвиток комунікаційних умінь як ключових навичок, розвиток комунікативної компетентності в умовах цифрової трансформації, впровадження технологій штучного інтелекту та багато інших. Слід зазначити, що досліджень щодо цифрових комунікацій в умовах дитячих громадських організацій та об'єднань в Україні не здійснювалося.

27 квітня 2021 року в Україні було прийнято Закон «Про основні засади молодіжної політики, яким визначаються ключові поняття дослідження, що дитяча громадська організація – громадське об'єднання, членами (учасниками)

якого є фізичні особи віком від 6 до 18 років, крім випадків, визначених цим Законом, а засновниками фізичні особи, які досягли 14 років; дитяче громадське об'єднання – добровільне об'єднання фізичних осіб віком від 6 до 18 років, крім випадків, визначених цим Законом, та/або дитячих громадських організацій для забезпечення реалізації та захисту прав і свобод дітей, задоволення їхніх особистісних, суспільних, зокрема економічних, соціальних, культурних, екологічних та інших, потреб та інтересів.

Дитячі громадські організації та об'єднання мають обмежені ресурси для організації своєї діяльності, почасти вони мають складнощі навіть з такими елементарними потребами як приміщення, наявність матеріально-технічної бази, що вже говорити про впровадження інформаційно комунікаційних технологій. Досі не затверджено Порядок надання інституційної підтримки молодіжним/дитячим громадським об'єднанням та Порядок надання проєктної підтримки суб'єктам молодіжної роботи, які було прийнято ще три роки назад Законом України «Про основні засади молодіжної політики». Все тримається на розумі, талантах, терпінні та ентузіазмі дорослих наставників – які обрали для себе справу свого життя – виховання дітей. Завдяки партнерській взаємодії, надійному колу стейкхолдерів, комунікаціям з органами влади, управліннями у справах молоді та спорту, рідше з управліннями освіти, отримання державної грантової та спонсорської підтримки, допомоги батьківської громадськості та волонтерів, існуючі в Україні дитячі громадські організації та об'єднання продовжують здійснювати цілеспрямовану діяльність, залучають дітей до участі в житті суспільства.

Комунікаційний простір дитячого громадського об'єднання є ціннісно центрованим, оскільки в ньому встановлюються доброзичливі взаємостосунки, спільні інтереси, спрямованість на досягнення колективних і особистісних цілей.

Особливу увагу спрямовано на набуття гнучких або м'яких навичок (soft skills) дітей та учнівської молоді як провідних у 21 столітті, що зокрема сприяє й розвитку цифрових компетенцій у цифровому відкритому середовищі

дитячого громадського об'єднання. Це знання та уміння, навички цифрової грамотності, критичне мислення, які допомагають розрізняти факти, медіаграмотність, такі соціальні навички як здатність налагоджувати взаємодію з людьми та групами для досягнення цілей, розвивати емоційний інтелект, уміння працювати в команді, гнучкість, тайм-менеджмент, ініціативність, особистісні навички та якості, і зокрема комунікативні.

Комунікації в умовах дитячого громадського об'єднання мають свої особливості, що насамперед пов'язані з відкритим неформалізованим середовищем, що об'єднує дітей і дорослих на основі інтересів, потреб та цілей діяльності. Виходячи із сутності та змісту провідного поняття дослідження, визначаємо комунікаційний простір дитячого громадського об'єднання як відкрите середовище сфери громадянського суспільства, в якому здійснюється інформаційний обмін за допомогою відповідних інструментів та засобів, комунікативних зв'язків між учасниками об'єднання, форм, методів та видів комунікації для досягнення колективних цілей, задоволення спільних потреб команди однодумців, так і особистості. Він складається з організаційних, методичних, функціональних, змістових та управлінських аспектів комунікацій.

Основою функціонування комунікаційного простору дитячого громадського об'єднання є взаємодія та взаємообмін, яка насамперед пов'язана з ціннісними аспектами, спілкуванням та ставленнями, соціально корисною діяльністю. Суголосною є думка німецького соціолога N. Luhmann що комунікація, містить в своїй основі інформацію, повідомлення і розуміння (або не розуміння) як цілісності, які визначають смисли та ставлення.

Розрізняють такі типи комунікацій: особистісна, міжособистісна, групова, міжгрупова, масова комунікації. В умовах дитячого громадського об'єднання ми визначаємо міжособистісні, командні або групові, партнерські, цифрові комунікації.

За рівнями – це внутрішньоорганізаційні та зовнішні. **За видами** – вербальні, невербальні, письмові, групові, масові, міжкультурні комунікації. **За способом реалізації** комунікації поділяються на безпосередні (прямі) та

опосередковані (дистанційні). Пряма комунікація здійснюється безпосередньо з використанням вербальних і невербальних засобів у межах візуального сприйняття (наприклад, бесіда, диспут, лекція, дискусія, дебати, тренінг). Опосередкована комунікація здійснюється за допомогою технічних засобів (гучномовець, телефон, радіо, ІКТ, мережа Інтернет) при проведенні масових заходів, або дистанційних форм роботи (збори-змагання, фестивалі, походи, наметові табори, конкурси на місцевості, вебінари тощо).

Класифікуємо комунікації в дитячому об'єднанні за їх змістовими характеристиками:

- **внутрішньо організаційні комунікації** забезпечують взаємодію в межах об'єднання для забезпечення функціонування та діяльності організації (створення об'єднання та організація його діяльності, комунікації з командо утворення, проведення заходів, реалізація проєктів, впорядкування системи доручень та завдань тощо);
- **зовнішні комунікації** – це система зв'язків з зовнішніми соціальними партнерами шляхом різних форм взаємодії (органи державної влади, стейкхолдери, медіа групи, інститути громадянського суспільства, підприємства та організації, бізнес-структури, заклади освіти різних рівнів, заклади культури, відпочинку та оздоровлення, міжнародні партнери тощо);
- **комунікація в групі (міжособистісна та групова комунікація)** здійснюється шляхом міжособистісного спілкування з однолітками та дорослими лідерами в межах міні груп та колективних групових форм, які потребують як прямого, так і зворотного зв'язку між усіма учасниками обговорення (інтерактивні форми, диспути та дискусії, дебати, тренінги тощо); **міжособистісна комунікація** здійснюється між двома людьми, де кожний виступає в ролі як передавача, так і приймача інформації. Повідомлення передаються каналами комунікації у вигляді вербального послання, звуку, зображення, поглядів, жестів, міміки. Зворотний зв'язок є відображенням розуміння або нерозуміння сприйнятої інформації,

погодження з нею або спростування, негативне або позитивне сприйняття, визначає післядію. Міжособистісна комунікація в дитячому об'єднанні відбувається з однолітками та дорослими лідерами для вирішення як внутрішньо організаційних питань об'єднання, так і особистісних, коли дитина потребує допомоги або втручання з боку дорослих лідерів, однолітків;

- **внутрішньо особистісна комунікація** характерна для підліткового віку, коли вихованець шукає відповіді на питання, вибудовує своє розуміння проблеми, а в процесі обговорення з дорослим лідером, або в у групових формах (тренінги, дебати, брейн-ринги, диспути) отримує важливий для себе зворотний зв'язок – спростування або коригування інформації, вирішення проблеми.
- **цифрові комунікації** – обмін цифровим контентом у мережевому середовищі з використанням ІКТ, Інтернету, технічних засобів для прийняття, опрацювання, зберігання та поширення інформації.

Діяльність дитячих громадських організацій має практико орієнтовний характер. Діти активно спілкуються, створюються команди та групи для реалізації проєктів, реалізуються дитячі ініціативи, передбачаються можливості самореалізації та самоактуалізації в діяльності шляхом реалізації різних ролей в команді, створюються тимчасові та постійні групи у соціальних мережах для просування контенту, оперативного реагування, проведення вебінарів та тренінгів тощо. Діти мають можливість отримувати необхідну інформацію щодо діяльності, бути включеними у процес з товаришами та дорослими у звичайному форматі, а за своєї відсутністю в режимі офлайн, є можливість долучитися до спільної діяльності шляхом онлайн-участі (як наприклад, проєктна діяльність або завантаження чи перегляду контенту, участі в обговоренні вебінару, чатах тощо).

В умовах воєнного стану, на жаль, проблема навчання для багатьох дітей ускладнилася, діти нервують, стресують через шкільні проблеми, в тому числі. В дитячому об'єднанні комунікації мають виражений ціннісно орієнтований

характер, можна звернутися до друзів, що не вивчив у школі – допоможуть старші вихованці, ніхто не буде відчувати вразливість від того, що чогось не знає і не отримає поганих оцінок, у дітей швидше стабілізується поведінка та емоційний стан, виявляються позитивні особистісні якості. І в цьому є вагомий виховний ефект комунікаційного простору дитячого громадського об'єднання.

Свою частину роботи додатково до шкільної освіти та виховання, в ігрових, інтерактивних методах та формах, вихованці у спільній діяльності з дорослими досягають творчо і активно. Діти цифрового покоління краще за дорослих розбираються в деталях цифрових технологій, для багатьох дітей дитячий колектив організації чи об'єднання поряд із задоволенням інтересів та потреб, допомагає в тому числі компенсувати прорізи в знаннях, надолужити пропущене у школі через різноманітні ігрові, інтерактивні, пошукові форми та методи роботи, розвинути соціальні уміння та навички, зокрема комунікативні.

У процесі роботи щодо формування ціннісного ставлення до комунікацій доцільно використовувати метод «Smalltalk». Метод походить із сфери програмування, активно використовується у навчальному процесі при вивченні іноземних мов та інших предметів, побудований на використанні «невеликих розмов», що ґрунтується на соціальній взаємодії для встановлення та підтримки соціальних зв'язків, розвитку комунікативних навичок. Smalltalk – це невимущена розмова, яка зазвичай зосереджується на безпечних і несуперечливих темах, таких як погода, спорт або поточні події. Легка розмова також може охоплювати обмін інформацією про себе або запитання про іншу особу, наприклад про заняття, сферу інтересів, хобі, спорт, захоплення, мандрівки, ситуативні новини (не політичні), розваги, книги тощо.

У діяльності дитячих громадських об'єднань метод «Smalltalk» має важливе значення для розширення кола комунікації, пошуку нових стейкхолдерів, партнерів та комунікації з громадськістю. «Легка розмова» виконує важливу соціальну функцію, оскільки допомагає встановити соціальні зв'язки та створити відчуття причетності, якнайкраще презентувати себе та запам'ятатися співрозмовнику. Спілкуючись між собою, молоді люди можуть

налагодити стосунки та забезпечити створення відповідного рівня комфорту один з одним, що може бути корисним як в особистому, так і в соціальному чи професійному контексті. Водночас невимушена легка розмова може допомогти зменшити соціальну тривогу, оскільки дає можливість практикувати соціальні навички та набути впевненості в соціальних ситуаціях. Окрім цього, такі діалоги можуть стати ідеальним інструментом для вивчення нової інформації, зокрема інструментів СММ діяльності (див.розділ 4.2. посібника)

Наведемо декілька порад щодо проведення Smalltalk:

- 1) Почати з привітання;
- 2) Завчасно продумати перелік можливих питань відносно тем, які викликають зацікавленість та потребують обговорення з вихованцями;
- 3) Необхідно ставити відкриті запитання, що актуалізують рівень поінформованості учасників про предмет розмови;
- 4) Використовувати активне слухання, що забезпечує взаємозацікавлену та включену комунікацію;
- 5) Обмін досвідом (розбір кейсів);
- 6) Уникнення суперечливих тем (перенесення їх у певні дискусії тощо);
- 7) Позитивне завершення.

Отже, Smalltalk є інструментом, який дозволяє тримати візуальний контакт з цільовою групою, не перевантажує учасників, демонструє зацікавленість і актуалізує важливість та актуальність реагування на зміни, що відбуваються. Тому такі короткі розмови можуть носити універсалізований формат, їх можна проводити як окремий метод, а можна розпочинати чи завершувати певні активності, використовуючи його як своєрідний елемент для знайомств на початку заходу та рефлексії за його завершенням.

Отже, участь у діяльності дитячого громадського об'єднання сприяє розкриттю здібностей та потенційних можливостей вихованців, дозволяє набути позитивних особистісних якостей, уміло презентувати себе у комунікаціях з однолітками та іншими людьми. З цією метою доцільно використати такі практичні форми роботи:

Практикум «Пітчінг. Як презентувати свої ідеї»

Вступ. *Що таке пітчінг? Якщо просто і коротко – це коротка структурована презентація проєкту або ідеї, яку ви хотіли б презентувати / реалізувати.*

Це популярний та зручний інструмент, який використовують підприємці або стартапери, щоб почати спілкуватися з потенційними інвесторами. А інвестори, в свою чергу ходять на пітч-сесії, щоб за короткий час вивчити якомога більше нових проєктів і зрозуміти, куди краще вкласти гроші. Може скластися враження, що пітчінг – це специфічний бізнес-інструмент, який немає ніякого стосунку до сфери освіти.

Насправді ж, ми стикаємося з пітчінгом мало не щодня, коли когось знайомимо, коротко представляючи людей один одному, коли швидко і коротко маємо викласти свою ідею по телефону, коли дитина просить нову іграшку і наводить аргументи, навіщо вона їй потрібна саме тут і зараз. Так, все це можна назвати пітчінгом. Тому що пітч – це не реклама, а презентація своєї ідеї. І навичка викладати свої думки та ідеї коротко, ємко та змістовно корисна для кожного – і дорослого, і дитини.

Пітчінг вимагає розуміння, структурованості, вміння відстоювати власну думку та просувати проєкт. У дорослому житті навички пітчінгу стануть безцінною інвестицією знань, отриманих ще в дитинстві. Тому вчитися пітчінгу корисно не тільки підприємцям, а й кожному з нас. Це важливо всім, щоб вміти зацікавити своєю ідеєю і запам'ятатися. Отже, для чого вчитися пітчити? Грамотний пітч відкриває нові двері і можливості; це реальний спосіб отримати ресурси на реалізацію своїх ідей; це в будь-якому випадку тренування презентаційних навичок, концентрації, переконливості, впевненості.

Для дитячих громадських об'єднань пітчінг може стати важливою складовою у реалізації різноманітних проєктів, які є дієвим інструментом для залучення дітей у життя суспільства.

Про пітчінг у запитаннях і відповідях

Що таке пітч? Пітч – це коротка структурована презентація проєкту або ідеї, яку ви хотіли б реалізувати. В індустрію продажів цей термін прийшов з бейсболу. Саме слово походить від англійського pitch – «кидок» або «подача». Це короткий огляд проєкту або стартапу, резюме презентації. Вперше пітчінг як був застосований в кінці ХХ століття в кіноіндустрії, де режисер, продюсер або сценарист майбутнього фільму за допомогою пітч-презентації зверталися до партнерів або інвесторів з проханням підтримати новий проєкт (найчастіше фінансово). Та згодом ця форма презентації ідей вийшла далеко за межі кіноіндустрії та перетворилася на технологію. Пітчінг як комунікативна технологія ґрунтується на правильній подачі (презентації) нового проєкту або ідеї зацікавленим групам громадськості.

В основі успішного пітчінгу лежить вміння автора ідеї налаштувати до себе аудиторію, викликати у неї інтерес, подати ключову ідею презентації в нетривіальній і зрозумілій формі. Подібні вміння співвідносяться з ще одним значенням слова pitch – «травити байки, розповідати байки».

Пітчінг – це важкий, але цікавий та творчий процес, який є дуже багатограним. З одного боку, для проведення пітчінгу потрібна презентація вашого проєкту, ви і замовники / інвестори, з іншого – пітчінгом може вважатися і захист проєкту перед комісією або публічний виступ перед великою аудиторією, на якому ви презентуєте власний доробок.

Варто пам'ятати про те, що мета пітчу не обов'язково полягає в тому, щоб переконати інших негайно погодитися з вашою ідеєю. В даному випадку мета дещо інша – запропонувати щось настільки переконливе, щоб воно допомогло почати розмову, перетворило співрозмовника в співучасника і в підсумку призвело до результату.

Чому і навіщо застосувати пітчінг в освіті? Пітчінг успішно застосовується не тільки в бізнесі, але і в інших галузях діяльності – друкарській справі, при виробництві ігор, випуск різних продовольчих і промислових товарів тощо. Наприклад, деякі видавництва організовують пітчінг-сесії, на яких автори можуть презентувати свій рукопис експертам –

директорам і головним редакторам видавництв, літературним критикам, журналістам спеціалізованих видань, відомим письменникам.

В тому числі і в освітній сфері пітчінг набуває поширення та застосування як необхідна навичка людини XXI століття. Дослідниками відзначено ефективність пітчінгу при просуванні стартапів / проєктів. В освіті пітчінг-сесії – це сучасний формат для проведення заходів, в ході яких діти та педагоги виступають з презентацією своїх проєктів, ідей, напрацювань якщо не з метою їх фінансування, то з метою реалізації та просування.

Які функції пітчінгу? Пітчінг має певний функціонал, який створює його ціннісний та смислотворчий потенціал.

Соціокультурна функція. Соціалізація особистості проходить під впливом великої кількості багатоманітних факторів та чинників, в тому числі – участь у заходах, презентаціях. У процесі пітчінгу засвоюються знання, ролі, цінності, соціальні норми, які згодом проявляються та реалізуються у практичній діяльності в різних сферах життя.

Творча функція. В основі успішного пітчінгу лежить вміння подати зміст презентації в нетривіальній і зрозумілій формі, донести її унікальність, візуалізувати ідею у асоціативних образах, символах, зображеннях, графіках тощо. Мета пітчінгу полягає не в тому, щоб переконати інших негайно погодитися з презентованою ідеєю, а запропонувати щось настільки переконливе, щоб залучити аудиторію до взаємодії.

Інформаційна функція. В першу чергу пітчінг передає актуальну інформацію про новий об'єкт, тобто сприяє тому, що інформація про певний проєкт (продукт, ідею) стає відомою цільовим адресатам, професійній спільноті або широкому колу аудиторії.

Самопрезентаційна (іміджеформувальна) функція. Пітчінг, як діяльність, впливає на сприйняття і репутацію суб'єкта, який презентує проєкт, створює «хмару образів», які сприяють створенню його іміджу.

Дослідницька функція. Підготовка пітчінгу передбачає пошук, аналіз та порівняння великих обсягів інформації, дослідження тенденцій, структурування

ключових положень, критичне оцінювання, визначення пріоритетності, перевірки гіпотез тощо.

Комунікативна функція. У процесі пітчінгу учасники вчаться комунікувати, налагоджувати конструктивну взаємодію та зворотній зв'язок, знаходити точки дотику, способи усунення суперечностей, налаштовувати до себе аудиторію, викликати у неї зацікавленість та включеність через ефективну комунікацію.

Виховна функція. У виховному контексті процес пітчінгу часто важливіший за результат. Пітчінг, а особливо підготовка до нього, створює можливості для отримання нового досвіду та пошуку можливостей його застосування, прояву здібностей (інтелектуальних, ораторських, лідерських), вихованню морально-вольових якостей та самореалізації учнів.

Навчальна функція. В процесі підготовки до пітччу необхідно засвоїти багато нової інформації, оволодіти навичками стратегічного планування, тестування, аналізу; знаннями, які працюватимуть на бажаний результат; вміти використовувати наочні засоби, візуальні ефекти, застосовувати цифрові інструменти тощо.

Мотиваційна функція. Під час створення та реалізації нових ідей, проєктів з'являється можливість для самоаналізу, рефлексії, пошуку зовнішніх та внутрішніх ресурсів для досягнення цілей, подолання невпевненості тощо.

Організаційна функція. Процес підготовки до пітчінг-сесій передбачає розподіл ролей та обов'язків в команді, напрямів роботи над пітччем, визначення етапів, проміжних та кінцевих результатів.

Прогнозувальна функція. Будь-яка презентація проєкту має відповідати на ті чи інші запити (класу, освітнього закладу, міста, суспільства), що передбачає прогнозування можливих запитань, пошук альтернативних рішень, врахування особливостей цільової аудиторії, тестування аргументів та контраргументів.

Яка тривалість пітччу? На виступ (пітчінг) відводяться лічені хвилини, тому він повинно бути максимально зрозумілим. Якісний пітч має жорстку структуру і будується з чітких логічних блоків. Чим менше часу, тим менше

блоків. За тривалістю виділяють три види пітчінгу: elevator pitch; idea pitch; funding pitch.

Elevator pitch (1 хвилина) – найкоротший вид презентації проєкту, на неї відводиться обмежений час. Передбачає чіткий виклад суті ідеї/проєкту і його вигоди для інвестора. Тривалість – 1 хвилина = поїздка в ліфті, під час якої стартапер резюмує інвестору проєкт. Часу вистачить лише на 2 блоки: суть/проблема – рішення / перспектива проєкту.

Idea pitch (3 хвилини) складається з: назва проєкту – проблема – рішення – огляд/аналіз ситуації – презентація команди – укладення контактів.

Така презентація займає до трьох хвилин часу, застосовується в будь-якій неформальній обстановці в формі бесіди, яка потребує концентрації.

Funding pitch (7–10 хвилин) включає всі блоки з idea pitch плюс опис конкурентів, плани, інформацію про те, що вже зроблено і скільки потрібно ресурсів. Розглядається як повноцінна презентація проєкту.

Культура малої кількості часу на пітч склалася не просто так – потенційні інвестори, серед яких можуть бути великі бізнесмени або топ-менеджери, зазвичай дуже зайняті і прослуховують в місяць багато презентацій. У них немає часу довго концентруватися на чужих ідеях, і їм потрібно тримати в голові одночасно різні завдання.

Ідеальна тривалість пітчу повинна бути така, щоб повноцінно і без води описати суть проєкту і його результат. Головне – встигнути розповісти і показати такі речі: Яку проблему вирішує проєкт? Скільки споживачів потребують вашої допомоги? Як ви до цього прийшли? Наскільки ваше рішення краще, ніж усе те, що пропонувалося до нього? Чим конкретно крута ваша команда, чому в вас потрібно повірити (це може бути значний попередній досвід або поточні результати проєкту)?

Що є складниками пітчінгу? Вивчення нечисленної спеціальної літератури з питань пітчінгу та аналіз реальних прикладів проведення пітч-презентацій дозволили виявити наступні диференціальні складники / характеристики пітчу:

1. *Адресант* – автор ідеї/проєкту (індивідуальний підприємець, комерційна або громадська організація), які бажають залучити ресурси для реалізації свого проєкту або зайнятися просуванням / популяризацією проєкту;

2. *Адресат* – цільова аудиторія;

3. *Об'єкт* – новий продукт (ідея / проєкт), що потребує інвестування / популяризації / презентації;

4. *Мета* – формування оптимального комунікаційного середовища для популяризації ідеї / проєкту.

Як і що розповідати під час пітчінгу? Так чи інакше, за відведений час вам бажано відповісти на декілька змістових запитань, які стосуються вашого проєкту / ідеї:

Хто *ви* такий, яка у вас *роль* в проєкті?

Чому *саме ви* представляєте цей проєкт?

Чому *ви* представляєте *саме цей* проєкт?

Чому *саме ви* уявляєте цей проєкт *саме зараз* – і *саме тут*?

Що *ви* придумали і *навіщо*? Як це працює?

Як написати пітч-лист?

Пітчем також називають лист потенційному інвестору з метою звернути увагу на ваш проєкт. Найголовніше правило пітч-листів – включати в текст не всю інформацію про проєкт, а тільки найважливіше, і оперативно реагувати на додаткові питання. У листі варто зосередитися на наступних пунктах: короткий вступ і пошук можливих «точок дотику» з інвестором; опис в одному-двох реченнях суть проєкту та стадії інвестування; мета листа (інвестиції, рекомендація, зустріч); в кінці потрібно прикріпити презентацію.

Головна рекомендація, яка стосується не тільки пітч-листів, але і всього процесу залучення коштів: не бійтеся відмови. Охочих залучити інвестиції багато, і єдиний спосіб домогтися успіху при такій конкуренції – активно шукати інвесторів, грамотно будувати комунікацію і не опускати руки, якщо когось ваш проєкт поки що не зацікавив.

Як організувати онлайн-пітчинг? Цифровізація суспільства, яка перевела більшу частину спілкування в онлайн, популярність набрали так звані speed dating pitch, коли стартаперів та інвесторів знайомляться в Zoom за короткий час. І в онлайн-пітчів є нюанси, які варто враховувати. Наприклад, швидкість Інтернету або незначні технічні проблеми можуть впливати на сприйняття промови спікера, тому варто робити більш виражені паузи і сильніше структурувати свою промову.

Слайди презентації повинні бути лаконічними, з чіткою картинкою. Картинка потрібна, щоб підкріплювати слова спікера. Перевантажена деталями презентація може сприйматися під час живої зустрічі, але збиває з пантелику під час онлайн-конференції. Для дизайну презентації варто вибирати спокійну колірну гамму. Очі втомлюються дивитися на занадто яскраві картинки, і людина гірше сприймає такі презентації.

Спікер повинен контролювати свій погляд. Якщо людина дивиться прямо в камеру, а не на слайди, створюється враження, що вона дивиться на вас, і з нею хочеться говорити.

Зазвичай, пітчинг насамперед передбачає живе спілкування, тому онлайн-пітчинг в якомусь сенсі набагато важчий і для спікера, і для слухачів. Є ілюзорне уявлення, що на онлайн-пітчингу можна читати свій текст з екрану комп'ютера і цього ніхто не помітить. Це не так, оскільки інтонації того, хто читає і того, хто переконливо говорить сильно відрізняються.

З іншого боку, іноді онлайн-пітчинг практикується в записі, тобто автор може все відрепетирувати, якісно записати свій виступ, відредагувати й відправити. Це велике полегшення для тих, кому вихід на сцену і виступ перед великою кількістю людей представляється важким випробуванням.

Для ефективного онлайн-пітчингу важливо:

- *прописати порядок дій.* Структуру онлайн-пітчу готувати потрібно не тільки для себе, але і для того, з ким ви плануєте спілкуватися. Перед пітчем йому варто надіслати нагадування про дзвінок разом з головною темою – аджендою (порядком заходу). Ще краще – зателефонувати перед

під час і обговорити структуру і наповнення. Онлайн люди рідше перебивають і задають питання, так що нехай якомога більше інформації буде зрозумілою відразу.

- *зібрати команду-мінімум.* Не варто підходити великою командою, заповнюючи всі квадратики в зумі. В ідеалі – до трьох осіб. Про решту учасників можна сказати окремо пізніше. У презентації спочатку може йти слайд з членами команди, які підтримують ідею. Там буде прописано, чим вони займаються в проєкті, – так можна не подавати всіх усно і скоротити час, назвавши тільки їх імена. У команді розподіліть зони відповідальності – хто який блок розповідає. Так буде видно не чийсь монолог, а динамічну історію, і все буде виглядати організовано;
- *перестрахуватися.* Зробіть копії. Це мають бути не просто копії файлу, а документи з іншим розширенням, розміром і вагою. Відразу краще відправляти файли в різних форматах: раптом щось не буде працювати, і файл не відкриється. Щоб не було незручних ситуацій, краще відразу з'ясувати, чи зможуть люди по той бік екрану відкрити файли вашого формату.
- *тримати темп.* Зв'язок може гальмувати, тому у всіх учасників онлайн-підтримки повинні бути копії файлів. Якщо їх відкрити локально і перевіряти, що показує спікер на екрані в зумі, буде набагато швидше. Обов'язково пронумеруйте слайди, якщо вам знадобиться направляти людей, які переглядають презентацію на місці. Транслювати відео-файли через зум не варто, вони тільки гальмують розповідь про проєкт і виснуть. Якщо без них ніяк, не забувайте про прапорці «Оптимізувати для повноекранного перегляду».
- *бонусні правила:* підходити краще зранку, а не ввечері, коли всі втомилися; перед підходом потрібно ще раз прогнати весь матеріал; коли хтось під час презентації каже, інші повинні бути на паузі.

Як підготуватися до запитань на підтримці? Звичайно, що після вашого виступу можуть виникнути запитання. Всі ви їх не зможете передбачити, але

все ж елементарну попередню роботу варто зробити: виписіть можливі питання; продумайте аргументи; протестуйте контраргументи; зробіть слайди з відповідями (можливо, вони вам не знадобляться, тоді ви просто не будете їх демонструвати. Але якщо у відповідь на запитання ви продемонструєте підготовлений слайд – отримаєте додаткові бали та впевненість, що ви розумієтеся у своїй темі); самі задавайте питання; залучайте аудиторію в роботу; використовуйте методи інтерактиву; використовуйте гумор у відповідях; використовуйте сторітеллінг (у відповідь на запитання розкажіть коротку історію, яка буде ілюструвати вашу позицію щодо тієї чи іншої теми).

Практичні вправи та завдання до практикуму

«Пітчінг. Як презентувати свої ідеї»

Вправа «Елеваторний пітч». Спробуйте сформулювати основну ідею вашого проєкту так, щоб вона поміщалася в часові рамки короткої презентації – близько 30 секунд. Сконцентруйтеся на найважливіших аспектах, щоб зацікавити слухачів і залишити сильне враження.

Вправа «Заборонені слова». Ведучий по черзі ставить кожному учаснику будь-яке запитання, на яке необхідно швидко відповісти. Але при цьому вводиться додаткова умова: у відповіді можна користуватися будь-якими словами, крім «так» і «ні». Забороненими можуть бути й інші слова («і» – «або», «я – ти – він» тощо).

Запитання для обговорення: Наскільки важко було відповідати, не використовуючи заборонених слів? У яких ситуаціях доречно відповідати розгорнуто, а в яких варто обмежитися максимально простими й точними висловами?

Вправа «Я хочу вам представити ...». Учасники об'єднуються в пари. Кожен протягом 3–5 хвилин розповідає про себе, потім учасники міняються місцями. Після цього йде презентація своїх сусідів по парі у великій групі.

Вправа «Рекомендація». Учасникам необхідно підготувати рекомендацію для того, щоб їх прийняли в закритий елітарний клуб. У ній необхідно розкрити свої головні достоїнства, сильні сторони, представити себе

як людину, яка гідна опинитися у клубі. На що саме звернути увагу, учасники вирішують самостійно (варто нагадати, що мова має йти про реальні, а не вигадані факти та достоїнства).

Запитання для обговорення: Що нового вдалося дізнатися під час виконання цієї вправи? Які презентації найбільше запам'ятали, чим саме? Якщо в когось виникли певні труднощі, з чим вони пов'язані, як їх можна перемогти?

Вправа «Бої півнів». Складіть перелік простих тем для обговорення. Визначте двох добровольців. Один із них обирає будь-яку тему, а його опонент – позицію ствердження чи заперечення. Учасникам надається 5 хвилин на підготовку. Потім відбуваються дуже швидкі дебати (вступна промова ствердження – 90 секунд, раунд запитань – 60 секунд, вступна промова заперечення – 90 секунд, раунд запитань – 60 секунд, підсумкова промова ствердження – 45 секунд, підсумкова промова заперечення – 45 секунд).

Після дебатів група може обговорити вагомі аргументи, вдалі стратегії, мету, яку слід досягти в майбутньому. Радимо такі теми: «Чесність – це найліпша політика», «Освіта – ключ до успіху», «Тварини думають так само, як люди» тощо.

Вправа «Дзеркало думки». Учасники повинні висловити одну і ту ж думку (наприклад, очікується довга зима), не спотворивши її сенсу, різними шляхами, словами які не повторюються в різні пропозиції. Перемагає той, хто запропонував найбільшу кількість варіантів.

Завдання «Цільова аудиторія». Займіться ретельним дослідженням аудиторії, для якої пропонуєте свій проєкт. Наприклад, учасники у групах придумують проєкти для таких категорій: підлітки, учителі, власники притулків для тварин, люди літнього віку. Перед пітчінгом проєкту вивчіть свою цільову аудиторію. Розберіться, які їхні потреби та вимоги, і адаптуйте свою презентацію, щоб показати, як саме ваш проєкт або продукт задовольняє їхні потреби.

Вправа «Три голови гідри». Оберіть знайому учасникам тему (наприклад, вплив Інтернету на людей). Визначте порядок виступів промовців. Перший

виголошує промову, ґрунтовану на предметі дискусії. Тим часом аудиторія уважно слухає, акцентуючи увагу на «трьох головах гідри»: повторенні, бездоказовому ствердженні, відхиленні. Щойно промовець скористається однією з «голів», гру продовжує інший. Виступ триває, доки він говоритиме без помилок.

Вправа «Структурований виклад аргументів». На прикладі простої теми запропонуйте учасникам письмово сформулювати складові аргументів: назву (тезу, що обґрунтовує тему); вступне твердження (одне–два речення, що пояснюють назву); підпункт А (перша причина, що доводить правильність запропонованої назви); підпункт Б (друга причина, що доводить правильність запропонованої назви). По завершенні роботи аргументи можна обговорити.

Вправа «Контраргументація». Запропонуйте учасникам написати у верхній частині аркуша тезу, яку б вони хотіли обстоювати. Потім попросіть їх передати аркуші по колу сусідам. Кожен, отримавши аркуш, має якомога скоріше письмово спростувати це твердження. Аркуш передають по колу, поки він повернеться до авторів. Автори мають поєднати всі контраргументи й спростувати їх. Запропонуйте тим, хто бажає, спростувати максимальну кількість аргументів – 5 хв.

Вправа «Поясни художнику». Розподіліть ролі між членами команди, щоб вийшли: один дизайнер, один посередник, а решта – художники. Ведучий / ведуча показує дизайнеру вимоги до картини, він повинен їх пояснити художникам, але через посередника і в письмовій формі, не використовуючи вербальну комунікацію. Художники малюють картину відповідно до опису, отриманого від посередника. Проробіть таку передачу послань кілька разів. Обговоріть отримані результати. Поміняйте ролі учасників. Повторіть, вже врахувавши всі зауваження.

Завдання «Задай 6 запитань». При підготовці пітчінгу використовуйте метод 6 запитань. Поставте собі питання «Хто?», «Що?», «Коли?», «Де?», «Чому?» і «Як?», щоб отримати повну картину вашої презентації. Відповіді на

ці питання допоможуть вам структурувати ідеї і зрозуміти, яку інформацію включити до презентації.

Завдання «Один слайд – одна ідея». Підготуйте презентацію, яка ілюструватиме вашу ідею проєкту. Застосовуйте принцип «Один слайд – одна ідея». Створюйте слайди, на кожному з яких ви виражаєте одну основну ідею або повідомлення. Уникайте перевантаження слайдів текстом і спробуйте використовувати ключові слова, фрази або короткі речення.

Завдання «10-20-30». При створенні презентації попрактикуйте «10-20-30 правило»: Відповідно до цього правила, презентація повинна містити не більше 10 слайдів, тривати не більше 20 хвилин і використовувати шрифт розміром не менше 30 пунктів. Це допоможе забезпечити зосередженість аудиторії і уникнути перевантаження інформацією.

Завдання «Відеоролик». Запишіть свій пітч на відео (можна на смартфон або веб-камеру). Потім перегляньте відео і оцініть свою манеру виступу, поставу, тон, подачу. Ви можете помітити аспекти, які потребують поліпшення, і внести відповідні корективи.

Вправа «Ескалатор». Спробуйте розповісти свою ідею використовуючи принцип ескалатора. Почніть з короткого опису, що захоплює увагу аудиторії, а потім поступово додавайте більше деталей, розкриваючи більшу картину.

Вправа «Ліфтова презентація». Презентуйте себе і свою ідею так, якби ви мали тільки кілька секунд на це, наприклад, коли зустрілися з інвестором у ліфті. Сконцентруйтеся на найважливішій інформації та ключових моментах.

Список використаних джерел:

1. Карий О., Панас Я. Краудсорсинг як інструмент менеджменту: приклади вирішення місцевих проблем. 2016. Електронний ресурс: <https://cutt.ly/6RsSMbw>. Дата звернення: 21.09. 2021 р.

2. Креативна педагогіка / упоряд. Н. Харченко — Київ : «Вид. група «Шкільний світ», 2017. — 96 с. (Бібліотека «Шкільного світу»).

3. Мистецтво самопрезентації / Харченко Н., Шпиг Н., Скрипник М., Куниця Т. Київ: «Вид. група «Шкільний світ»», 2018. 120 с. (Бібліотека «Шкільного світу»).

4. Пітчінг – мистецтво презентації свого проєкта. Електронний ресурс: <https://cutt.ly/URsAR1N>. Дата звернення: 12.10. 2021 р.

5. Clark, C. The impact of entrepreneurs' oral «pitch» presentation skills on business angels' initial screening investment decisions. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 2008. 10 (3), 257—279.

6. How to Make a Successful Business Pitch: 9 Tips From Experts. URL: <https://piktochart.com/blog/business-pitch/>. Дата звернення: 15.05. 2023 р.

7. How to pitch remotely: Top studios share their video call presentation tips URL: <https://www.itsnicethat.com/news/how-to-pitch-remotely-video-call-presenting-tips-creative-industry-opinion-180520>. Дата звернення: 15.12. 2022 р.

8. 12 Pitch Tips for the Perfect Business Pitch. URL: <https://www.americanexpress.com/en-us/business/trends-and-insights/articles/12-easy-steps-to-a-perfect-pitch/>. Дата звернення: 15.05. 2023 р.

3.2. Методичний супровід формування цифрових компетенцій у дитячих громадських об'єднаннях

Інформаційно-комунікативні та цифрові технології невпинно утверджуються в буденно-практичному суспільному вимірі, у всіх сферах життя та життєдіяльності людини. Розуміємо, що підвищення цифрових компетенцій дітей та дорослих можливе за допомогою освоєння ними можливостей цифрових технологій та їх раціонального застосування, розширення власної стратегії самоосвіти у сфері цифрових технологій. З метою методичного супроводу формування цифрових компетенцій у дитячих громадських об'єднаннях, розвитку цифрової компетентності координаторів і дитячого активу було розроблено практикуми для дітей та учнівської молоді для їх використання у роботі.

Практикум «Інформаційна гігієна: основні орієнтири»

Вступ. Правила гігієни стосуються не лише дотримання чистоти тіла чи порядку у приміщенні. Цей термін стосується і так званої «ментальної гігієни» – тобто дотримання чистоти та акуратності у інформації, яку ми споживаємо. Розуміння важливості інформаційної гігієни актуалізувалось ще наприкінці 90-х років через інформаційне перевантаження суспільства. Тоді письменниця Лінда Стоун ввела поняття «безперервної уваги». Так було описано стан, у якому людський мозок постійно шукає та споживає нову інформацію, намагаючись нічого не пропустити.

У малих дозах така увага може зробити нас більш продуктивними, але у великих дозах надмірно стимулює і виснажує людину. Дотримання правил

інформаційної гігієни якраз і дозволяє зменшувати інформаційний шум та навантаження на мозок та психіку.

Наприклад, експерт з питань пандемії Макс Брукс пропонує ставитися до інформації з обережністю – як до вірусу. Важливо вибірково та усвідомлено ставитися до всього, що ми слухаємо, читаємо, сприймаємо, щоб не зашкодити собі. І також люди повинні бути обережними з тим, що «випускають» назад, ніби поширюють вірус. Нехтування інформаційною гігієною призводить до негативних наслідків, робить людей вразливими до маніпуляцій та впливів.

Основні орієнтири інформаційної гігієни

1. Культура інформаційного простору. Інформаційний простір насичений фейками, маніпуляціями та провокативними вкидами. Чим більше часу людина перебуває в інфопросторі (соціальних мережах, спільнотах, блогах), тим більше шансів зіткнутися з фейком чи недостовірними даними. Тим більше, що різні джерела часто просто дублюють одну й ту саму інформацію. Віртуальні соціальні мережі, окрім свіжих новин, містять також потік емоційно важкої інформації, часто зовсім не важливої. Сформуйте собі цікавий, корисний, пізнавальний контент, який мотивуватиме вас зайнятися новим хобі чи надихне на цікавий проєкт.

2. Інформаційний таймінг. Важливо з відповідальністю ставитися до часу, який ми проводимо у мережі. Фахівці радять встановлювати певні часові рамки на перегляд новин та дописів (наприклад, години цілком досить, щоб ознайомитися з головними новинами, відповісти на листи). Як правило, лєвова частка часу, який ми проводимо в мережі – це серфінг по інфо-просторі без мети і користі.

3. Інформаційний аудит споживання. Потрібно випрацювати в собі звичку до автоматичного швидкого аналізу інформації, яку ми споживаємо. Необхідно звертати увагу не лише на те, що ми читаємо, дивимося і слухаємо, а й коли ми це робимо і чому. Самоаудит – це дієвий спосіб проаналізувати власні звички споживання інформації. Об'єктивно дивлячись на те, що ми

читаємо, дивимося і слухаємо протягом певного періоду, ми можемо визначити сфери пасивного споживання. Подібне розуміння є цінним, тому що пошук і усунення пасивного споживання інформації допомагає бути більш ефективними та критичними.

4. *Інформаційна діста.* Поглинання величезної кількості випадкової інформації формує у людини хибне відчуття поінформованості та ілюзію контролю над ситуацією. Насправді ж, це не так. Люди нерідко зловживають розвагами, замаскованими під новини (проводячи час в мережі під виглядом пошуку новин насправді люди несвідомо споживають набагато більше непотрібної інформації). Для користувачів будь-якого віку цікаво і важливо бути в курсі того, що відбувається в світі, країні, спільноті. Але це не означає, що ви маєте споживати весь доступний контент. Маючи універсальний відкритий доступ до величезної кількості інформації саме на кожному з нас лежить відповідальність прийняття обґрунтованих рішень щодо того, що саме і скільки ми споживаємо.

5. *Критичний вибір джерел.* Важливо не лише аналітично відбирати інформацію, а й та критично підходити до вибору джерел. Обмежте кількість ресурсів, з яких ви дізнаєтеся про актуальні новини. Виберіть лише перевірені, безпечні та надійні. Сумлінний вибір джерел, в першу чергу, новин (особливо в умовах воєнного стану) є важливим фактором захисту від неправдивої інформації. Найнадійніші сайти з усіх наявних: офіційні ресурси органів влади, сайти міністерств, Офісу Президента України, Збройних Сил, їх сторінки в соціальних мережах і канали в Telegram. Інформація в таких джерелах зазвичай передається безпосередньо від державних службовців, тому вона захищена від фейків і спотворень з боку противника.

6. *Інформаційний чит-код.* Всю інформацію важливо перевіряти. Зробіть собі список ключових запитань, перед тим, як брати на віру будь-яку інформацію. Наприклад: чи вказаний автор, його місце роботи, яка дата публікації, чи можна перевірити цю інформацію на офіційних сайтах, як давно оновлювалася сторінка сайту, якими фактами підтверджується дана інформація.

Як правило, маніпулятивні публікації неточні, розмиті, без конкретних дат і місця подій та в першу чергу «б'ють» на емоції та почуття, а не на розуміння ситуації.

7. *Не покладатися на медіа як на інформаційний фільтр.* Щільність потоку даних, які споживає людина, часто просто фізично не дозволяють їй якісно проаналізувати інформацію. Прийнято вважати, що головна задача медіа не лише висвітлювати факти і події, а й попередньо перевіряти їх, аналізувати та видавати в ефір вже перевірену, структуровану та доказову інформацію. Насправді ж, часто відбувається протилежне: медіа просто продовжують засмічувати інформаційну сферу неперевіреними даними, фейковими новинами або пропагандою. Безвідповідальне ставлення такої інформації призводить до маніпулювання свідомістю людини. Тому важливо розуміти власну відповідальність за споживання будь-якої інформації, її фільтрацію та перевірку.

8. *Усвідомлене ставлення не лише до того, що говорити, а й до того, про що НЕ говорити.* Ми всі не лише споживачі, а й джерела інформації – коли перепощуємо чийсь допис в соцмережі, ширимо якесь посилання, лишаємо коментарі. Тому кожна людина несе відповідальність, а тому числі і за поширення неперевіреної або неправдивої інформації. Практика інформаційної гігієни означає не лише ретельне обмірковування того, що сказати чи написати – так само важливо вибрати те, чого не говорити, не писати і не поширювати. Більше того, це наш обов'язок. Тому перш ніж поширити пост людини, яку ви не знаєте (наприклад, про те, як когось образили чи прохання про допомогу), задумайтеся – можливо справжні мета цього поста не в тому, щоб вирішити чиюсь проблему, а в тому, щоб насадити наративи про байдужість суспільства або нагнітання ситуації.

Практичні вправи та завдання до практикуму

«Інформаційна гігієна: основні орієнтири»

Вправа «Оцініть джерело інформації». Учасники отримують покликання на матеріали в Інтернет-мережі. Завдання: переконайтеся, що даний

матеріал походить від надійного джерела. Перевірте авторство, фактичні дані та достовірність джерела.

Вправа «Прогнозування по фотографії». Пропонується зробити припущення про зображеної на фотографії людини по її зовнішності. Складання психологічного портрета розвиває психологічну пильність, критичне та аналітичне мислення.

Прийом «Фішбоун». Модель постановки і вирішення проблеми дозволяє описати і спробувати вирішити ціле коло проблем (поле проблем). Учасникам пропонується інформація (текст, відеофільм, лекція) проблемного змісту і схема Fishbone для систематизації цього матеріалу (у формі скелету риби). На верхній «кісточці» записується формулювання проблеми, а на нижній – факти, які підтверджують, що дана проблема існує. Робота (дослідження) може проводитися індивідуально або по групах. Важливим етапом стане презентація заповненої схеми, яка продемонструє взаємозв'язок проблем, їх комплексний характер. Хід подальшої роботи визначає виховник: це може бути вихід на подальше дослідження або спроба вирішити описані проблеми.

Завдання «Перехресна дискусія». Учасники об'єднуються в групи. Кожна група працює в таблиці над тезою «Інформаційна гігієна важлива»

Інформаційна гігієна важлива	
Аргументи «за»	Аргументи «проти»

Учасники заповнюють ліву і праву колонки таблиці, привівши 3–4 аргумент «за» і «проти» тези, наведеної в заголовку таблиці; обмінюються думками, використовуючи аргументи, які здадуться їм переконливими, продовжують заповнення таблиці, коли аргументи вичерпаються, роблять висновок.

Дискусія в міні групах за методом «Прес». Ведучий об'єднує учасників у кілька міні груп по 3–4 члени у кожній. Кожна міні група отримує завдання, яке полягає у виборі одного із провідних аргументів щодо значення інформаційної гігієни за методом «Прес». Метод «Прес» передбачає таку

структуру формулювання відповіді: Ми вважаємо що...; Тому що...; Наприклад...; Отже...

Результати роботи в міні групах мають бути представлені до групового обговорення.

Питання для обговорення:

- Які аргументи Вам видались найбільш переконливими?
- Чи відчували складнощі у процесі виконання завдання? Якщо так, то який їх характер?

Вправа «Оцінка якості інтернет-ресурсів». Повідомлення ведучого: якість і точність інформації в Інтернеті, на відміну від інформації в книгах і журналах, ніяк не контролюється. Інтернет-користувачам доводиться самостійно оцінювати якість інформації та її джерела. Користуючись інтернет-ресурсами, слід завжди пам'ятати, що абсолютно будь-яка людина може розмістити в Інтернеті все, що забажає, і ідентифікувати автора інформації часто немає ніякої можливості.

Навіть якщо в мережі вказано ім'я автора, це зовсім не означає, що ім'я справжнє. Більш того, автор (найчастіше анонімний) свою думку і власну оцінку може видавати за реальні факти. Тому так важливо навчитися орієнтуватися в просторі Інтернету і оцінювати якість представлених ресурсів. Отже, якщо ви маєте намір використовувати будь-якої інтернет-ресурс, задайте собі наступні питання по таким пунктам: автор; мета; об'єктивність; точність; надійність і достовірність; актуальність; посилання.

Учасники об'єднуються у 7 груп. Кожна група отримує для опрацювання один з інформаційних матеріалів. Після опрацювання матеріалів, кожна група робить презентацію для інших учасників одного з критеріїв оцінки інтернет-ресурсу.

Список використаних джерел:

1. Виховання дітей та молоді у цифровому просторі: посібник / [Журба К. О., Канішевська Л. В., Малиношевський Р. В., Харченко Н. В., Федоренко С. В.]. – Київ, 2022. – 124 с
2. Дементієвська, Н.П. (2014). Критичне оцінювання інтернет-ресурсів при вивченні природничих наук In: Засоби і технології сучасного навчального середовища:

Матеріали конференції Кафедра фізики КДПУ ім. В. Винниченка, м. Кіровоград, Україна, стор. 50-52.

3. Монографія / авт. кол.: Ю. О. Жук, О. М. Соколюк, Н. П. Дементієвська, І. В. Соколова; за ред. Ю. О. Жука; Ін-т інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України. Київ: Атіка, 2014. – 196 с.

4. Information Hygiene. URL: <https://pressbooks.pub/introtocollegeresearch/chapter/info-hygiene-environmentalism/>. Дата звернення: 12.11. 2022 р.

5. Kira Sorokina. Informational hygiene during war: 5 main Read more at. URL:<https://lanet.click/en/informatsiina-hihiiena-pid-chas-viiny/>. Дата звернення: 12.11. 2022 р.

6. Information Hygiene: How Not to Contribute to a Culture of Clutter. By Ivan Bojanic, Senior Manager, Strategy & Implementation, Amy Perifanos, Vice President, Strategy & Implementation, and Stephen Crewdson, Senior Insights Lead. URL: <https://gongos.com/thinking-post/information-hygiene-how-not-to-contribute-to-a-culture-of-clutter/>. Дата звернення: 12.11. 2022 р.

7.[Що таке Small talk: поради, пояснення. <https://www.gramaro.io/ua/blog/what-is-small-talk>]

3.3. Цифрові уміння та навички у формуванні цифрових компетенцій

Цифрова трансформація є пріоритетом у глобальному світовому просторі. Цифрова трансформація «Цифрове десятиліття» є одним з ключових пріоритетів для ЄС. Зазначимо, що в ЄС встановлено, що до 2030 р. у 80% громадян ЄС віком від 16 до 74 років мають бути сформовано базові цифрові навички. Цифрові навички (digital-skills) необхідні кожній людині, зокрема молодій для вільного і самодостатнього функціонування у цифровому просторі. Загальні цифрові уміння та навички охоплюють п'ять сфер: уміння та навички роботи з інформацією та інформаційної грамотності, уміння та навички спілкування та співпраці, уміння та навички створення цифрового контенту, уміння та навички безпеки, а також уміння та навички розв'язання проблем.

Концептуальні засади та основні принципи політики у сфері цифровізації України викладені у документі «Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020)». 03 березня 2021 року Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 167-р від було схвалено Концепцію розвитку цифрових компетентностей до 2025 року.

Так, цифрова компетентність визначається як динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, інших особистих якостей у сфері інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або

подальшу навчальну діяльність із використанням таких технологій. Концепцією виокремлюються такі ключові положення: формування та розвиток цифрових навичок та цифрових компетентностей в суспільстві, що сприятимуть розвитку цифрової економіки та суспільства, а також розвитку електронної демократії і людського капіталу; забезпечення правового регулювання з питань формування державної політики у сфері розвитку цифрових навичок та цифрових компетентностей громадян; розроблення комплексних змін до законодавства, що забезпечить визначення цифрової освіти, цифрових навичок та цифрових компетентностей у сферах суспільного життя; визначення системи та опису складових цифрової компетентності (рамки цифрової компетентності), а також вимог до рівня володіння цифровими навичками та цифровими компетентностями різних категорій працівників, зокрема в професійних стандартах; забезпечення координації дій на рівні органів виконавчої влади з питань розвитку цифрових навичок та цифрових компетентностей; створення індикаторів для моніторингу стану розвитку цифрових навичок та цифрових компетентностей; підвищення рівня обізнаності громадян щодо небезпек в Інтернеті.

З огляду на стратегічні завдання цифровізації, означимо коло змістових маркерів з формування цифрових компетенцій зростаючої особистості :

1.Управління інформацією (information management) – знання, вміння і навички для пошуку інформації, її аналіз та використання у професійній діяльності, вміння отримувати доступ до інформації, здійснювати пошук інформації в Інтернеті, формулювати інформаційні потреби, знаходити відповідну інформацію, вибирати ефективні ресурси, створювати персональні інформаційні стратегії, оцінювати уміння збирати, обробляти, розуміти та критично оцінювати інформацію, управляти і зберігати інформацію та її контент для полегшення пошуку, створювати базу даних (може бути реалізовано в процесі розроблення соціальних та дослідницьких проєктів, участі в творчих конкурсах, випуску анімаційних та юн-пресівських видань, підготовки до участі в дебатах, брейн-рингах, тощо);

2. Співробітництво (collaboration) – знання, навички та вміння для участі в різних спільнотах, створення експрес та мобільних груп для розв’язання завдань та вирішення термінових проблем (напр. проведення ярмарки та збір коштів, плетіння сіток для ЗСУ, потреба адресної допомоги нужденним, екологічні акції, допомога птахам та тваринам, тощо), організація співпраці з іншими користувачами в мережі Інтернет;

3. Комунікація (communication) – знання, навички та вміння для спілкування з використанням інтернет-інструментів, готовність і здатність ділитися знаннями, змістом та ресурсами, знання практики й правил цитування інформації, взаємодії он-лайн для вирішення завдань, пошуку можливостей для саморозвитку та вдосконалення власного цифрового середовища, використання технологій і медіа для командної роботи, налагодження процесів співпраці, спільного створення ресурсів (вебінари для розвитку лідерства, розроблення проєктів та програм тощо);

4. Контент та знання (creation of content and knowledge) – навички та уміння особистості для професійної і творчої діяльності, створення нових ресурсів використання інформаційних технологій, створення контенту в різних форматах з використанням мультимедіа, висловлення власної думки за допомогою цифрових медіа та технологій; поширення авторських прав і ліцензій на інформацію та зміст; створення та просування власного контенту;

5. Етика й відповідальність (ethics and responsibility) – знання, навички і вміння щодо певної поведінки в мережі Інтернет;

6. Оцінювання та вирішення проблем (evaluation and problem-solving) – вибір інформаційних технологій для оцінювання і самооцінювання знань та вмінь з різних навчальних дисциплін, вирішення проблем обробки результатів оцінювання з використанням інформаційних технологій;

7. Технічне оперування (technical operation) – знання, уміння та навички особистості для ефективного та безпечного використання інформаційних технологій у своїй діяльності, захист персональних даних, розуміння приватної

власності інших людей, захист себе від шахрайства в Інтернеті та можливих загроз.

Отже цифрові навички займають провідні позиції у навчанні сучасних дітей, принагідно зазначимо перелік найбільш затребуваних умінь та навичок на найближчі 10 років, представлених на офіційному сайті журналу Forbes. За останні двадцять років ринок праці демонструє глобальну трансформацію на шляху до нової промислової революції. Ця зміна потребуватиме оновлення та розвитку критично важливих м'яких умінь та навичок, зокрема:

Цифрова грамотність (уміння та навички для навчання, роботи та орієнтуванні в повсякденному житті в цифровому світі).

Грамотність даних (можливість отримання доступу до відповідних даних, аналізувати та впевнено працювати з ними, розвиваючи грамотність даних, перевірка їх достовірності).

Критичне мислення (уміння аналізувати проблеми та ситуації, пошук достовірності доказів, а не чуток, особистих думок чи упереджень в різних ситуаціях).

Емоційний інтелект (здатність виражати, контролювати та керувати своїми емоціями та поведінкою, емпатія та чутливе ставлення до інших, розвиток уміння бачення світу та проблем з різних точок зору).

Креативність (розвиток творчого мислення, продукування та реалізація нових ідей, вирішення проблем для покращення результату).

Співпраця (уміння спілкуватися і працювати в команді).

Гнучкість (адаптивність, відкритість, здатність пристосовуватися до нових умов, психологічна стійкість та уміння працювати в умовах постійних змін).

Лідерські навички (уміння виявляти ініціативу, брати відповідальність, постійне самовдосконалення для розвитку додаткових умінь).

Тайм-менеджмент (здатність ефективно керувати своїм часом, знаходження балансу між роботою та особистим життям, психічна рівновага).

Цікавість до навчання протягом життя (готовність до змін, розвиток необхідних умінь та навичок для роботи в оновлених умовах).

Online-комунікація входить в практику дитячих громадських об'єднань у форматі вебінарів, відеоконференцій за допомогою Zoom чи Google Meet для проведення захисту проєктів, напрацювання пропозицій об'єктів з реалізації соціальних ініціатив, підготовки для проведення заходів тощо. Тут активно опрацьовуються такі уміння як працювати з загальновідомими інструментами для організації роботи, електронні документи, таблиці, програми для керування часом, планувальники, уміння комунікувати, презентувати себе та свої напрацювання, презентувати свій досвід.

Наведемо приклад з досвіду діяльності ГО «Асоціація гайдів України» з проведення лідерами організації онлайн- тренінгу «Зроби себе впевненішим: сходини зростання». В основу тренінгу було покладено освітню програму «Free Being Me (FBM), яка сприяє не тільки впевненості в собі, а й світу в цілому, вільного від комплексів, пов'язаного із зовнішністю. Підліткове сприйняття своєї зовнішності подекуди виступає бар'єром для спілкування, налагодження комунікацій та особистісного розвитку зростаючої особистості, і уміння переборювати комплекси важливі, особливо для дівчат-підлітків. Саме з цих умов і виходили розробники програми за партнерства Всесвітньої асоціації дівчат-гайдів та дівчат-скаутів (WAGGGS), Dove Self-Esteem Project (DSEP) та докторами Еріком Стайсом, Каролін Беккер, та Філіппою Дідріхс із центру дослідження зовнішнього вигляду (CAR) (програму реалізовано у 80 країнах). В Україні силами українських дівчат-гайдів вперше було перекладено і презентовано цю програму, 40 перших учасників пройшли навчання. Така форма є хорошою сходинкою для розвитку онлайн-комунікації та водночас ефективним варіантом промоції громадської організації у цифровому просторі.

Важливим елементом онлайн- комунікації є фактор цифрового сліду, який називають цифровим відбитком (footprint), який будь-який користувач Інтернету залишає про себе, що дозволяє ідентифікувати його в Інтернеті та володіти усією сукупністю інформації про нього (неї) у мережі. З метою

забезпечення безпеки, етичних та моральних норм, необхідно вчити дітей правилам формування позитивного цифрового сліду, сприяти становленню відповідальних громадян цифрового суспільства.

Список використаних джерел:

1. Науково-методичне забезпечення цифровізації освіти України: стан, проблеми, перспективи. Науково-аналітична доповідь / В. Ю. Биков, О. І. Ляшенко, С. Г. Литвинова, В. І. Луговий, Ю. І. Мальований, О. П. Пінчук, О. М. Топузов / за заг. ред. В. Г. Кременя. Київ: 2022. 96 с.
2. Електронний ресурс: <https://happymonday.ua/yak-zminytsya-rynok-pratsi-v-nastupni-5-rokiv>
<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2022/08/22/the-top-10-most-in-demand-skills-for-the-next-10-years/?sh=2fbcab7517be>
3. VI Міжнародна науково-практична конференція “Неперервна освіта нового сторіччя: досягнення та перспективи”
4. DigComp 2.0 : The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: The Conceptual Reference Model / R. Vuorikari, Y. Punie, S. Carretero, L. Van den Brande. – Luxembourg : Publication Office of the European Union, 2016. doi:10.2791/11517
5. Електронний ресурс: <https://binpo.com.ua/wp-content/uploads/2021/04/DigComp-2.0.pdf> 13.-06.2024р.

3.4. Виховання культури безпечної життєдіяльності дітей в умовах викликів і загроз

Розпочата 24 лютого 2022 року широкомасштабна російська збройна агресія проти України продовжує загрозливий вплив на життя, здоров'я та добробут дітей, ускладнюючи ризики небезпек в умовах воєнного стану для їх фізичного, психологічного та соціального розвитку. В Україні за офіційною статистикою ювенальних прокурорів, внаслідок двох з половиною років повномасштабної збройної агресії російської федерації загинуло 570 дітей, 1523 зазнали поранення різного ступеню тяжкості.

За даними CEO Gradus Research 75 % батьків зазначають, що їхні діти демонструють ті чи інші симптоми травматизації психіки. За результатами соціологічного дослідження «Вплив війни на молодь», 82,0 % молодих людей зазначили про втрати через війну. Найрозповсюдженіший вияв – так звані «емоційні гойдалки», коли настрій швидко і без зовнішніх причин коливається від дуже гарного до надзвичайного поганого і навпаки. Також кожна п'ята дитина має порушення сну, кожна десята – зменшення бажання спілкуватися, нічні кошмари та погіршення пам'яті. За оцінками ЮНІСЕФ, в цілому

половина з 7,5 млн українських дітей була змушена залишити звичне життя, а 2 млн виїхали за межі України, це наймасовіше переміщення неповнолітніх через військові дії з часів Другої світової війни.

З початку збройної російської агресії проти України розширилися катастрофічні соціальні ризики як частоти прояву небезпек в умовах воєнної російської агресії. Агресором порушено щонайменше 12 статей (6, 8, 9, 11, 16, 24, 26, 28, 34, 35, 37, 38) Конвенції ООН «Про права дитини».

Питання виховання культури безпеки життєдіяльності наразі стало ключовим для всього суспільства. Інститутом проблем виховання НАПН України у партнерстві з ГО ВДГР «Школа безпеки» 12 червня 2023 року було проведено Всеукраїнське опитування з культури безпеки учнівської молоді та Круглий стіл «Виховання культури безпеки життєдіяльності дітей та учнівської молоді в умовах воєнного та повоєнного стану: стратегічні орієнтири». Усього в опитуванні взяло участь 2302 респонденти із 17 регіонів України та м. Києва, з них 24,4 % представників освіти і науки, 28,9 % учнівської молоді, 39,6 % представників батьківської громадськості. Опитування здійснювалося методом онлайн – анкетування за допомогою Google Forms з 22 травня до 09 червня 2023 року. Проведення 12 червня 2023 року Круглого столу «Виховання культури безпеки життєдіяльності дітей та учнівської молоді в умовах воєнного та повоєнного стану: стратегічні орієнтири» за участі представників центральних органів виконавчої влади та місцевого самоврядування, освітніх та наукових закладів, інститутів громадянського суспільства дозволили сформулювати рекомендації з питання необхідного оновлення змісту освіти та виховання в усіх ланках освіти, громадських організацій в умовах воєнного стану.

Узагальнення даних сприяло вибудовуванню змістових орієнтирів з виховання культури безпеки життєдіяльності дітей та учнівської молоді в умовах воєнного стану й повоєнного відновлення. З урахуванням нинішньої ситуації постало питання перегляду підходів до проблеми безпеки, окреслення стратегічних орієнтирів та обговорення подальшого змісту освіти з суттєвим

розширенням компоненту виховання культури безпеки життєдіяльності дітей та учнівської молоді. Зокрема було актуалізовано змістові складники з виховання культури безпечної життєдіяльності дітей та учнівської молоді (рис. 3.1).

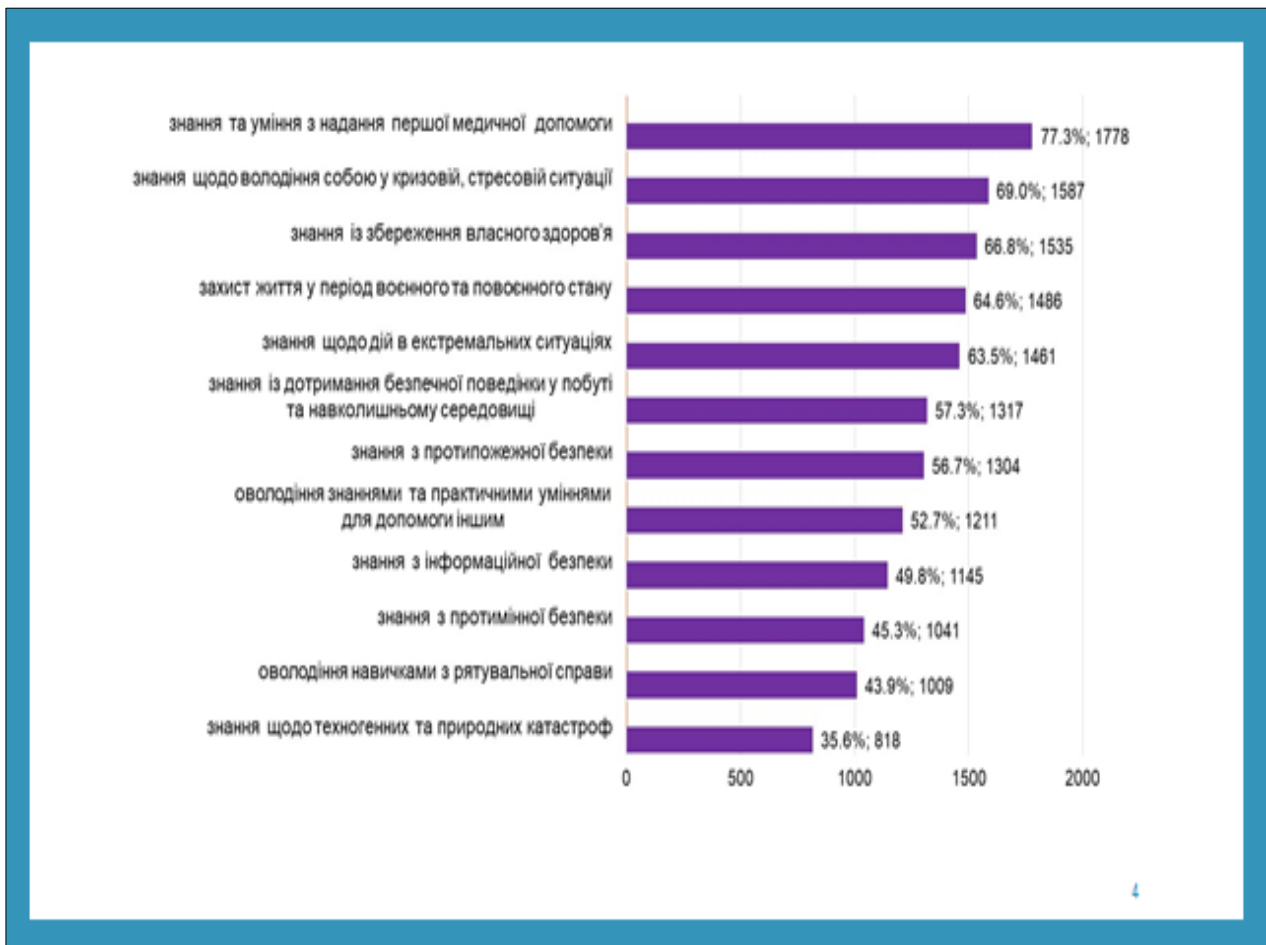


Рис.3.1. Актуальні змістові складники виховання культури безпеки життєдіяльності дітей та учнівської молоді в умовах воєнного стану

В умовах численних ризиків, що спричинила війна, надзвичайно важливим стало нагальне донесення обґрунтованої та виваженої інформації до здобувачів освіти на всіх рівнях, вихованців дитячих громадських об'єднань та організацій щодо забезпечення власної безпеки в повсякденному житті. Ми виходили із розуміння того, що виважене усвідомлення загроз і викликів, які несуть небезпеку у період воєнного стану й повоєнного відновлення життєво важливо для убезпечення дітей у складних умовах сьогодення. Такими нагальними питаннями стало: ознайомлення дітей та учнівської молоді з порядком дій у разі сигналу «Повітряна тривога», під час обстрілів стрілецькою

зброєю, артобстрілу, мінометного обстрілу, авіа нальоту та атак дронами, збирання «Тривожної валізи»; правила дій та виживання в складних умовах (обвали будівель, техногенні катастрофи, повінь), як діяти, якщо опинилися під завалами; надання першої медичної допомоги у разі різного виду травмувань, надання самодопомоги та домедичної допомоги постраждалому; правила поведінки під час комендантської години; правила мінної та протипожежної безпеки, поводження з вибухонебезпечними та невизначеними предметами та речовинами; правила дій у випадку хімічної загрози, радіаційної небезпеки, при бомбардуванні фосфорними бомбами; правила перебування на деокупованих територіях; правила кібер- та інформаційно-психологічної безпеки тощо.

Враховуючи що знання, уміння та практичні навички є необхідною умовою виховання культури безпечної життєдіяльності людини, важливо було з'ясувати пріоритет використання різноманітних форм і методів роботи в закладах освіти. Вибір респондентів представлено на рис. 3.2.



Рис. 3.2. Найбільш ефективні форми роботи з виховання культури безпеки життєдіяльності дітей та учнівської молоді

За результатами Круглого столу було ініційовано проведення слухань у Комітеті Верховної Ради України з питань молоді і спорту на тему: «Шляхи

удосконалення діяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування та інститутів громадянського суспільства щодо формування культури безпеки життєдіяльності у дітей та молоді в умовах сучасних викликів», які відбулися 8 вересня 2023 року. Консолідація органів державної влади та громадськості дозволила обґрунтувати шляхи необхідного оновлення змісту освіти та виховання культури безпеки дітей та учнівської молоді в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення, яке сьогодні впроваджується на всіх рівнях освіти та в діяльності інститутів громадянського суспільства. Зокрема, вагомий практико-орієнтовний ефект з виховання культури безпеки життєдіяльності дітей та учнівської молоді мають такі форми роботи ГО ВДГР «Школа безпеки», в яких лабораторія морального, громадянського та міжкультурного виховання Інституту проблем виховання НАПН України є співорганізатором: Проєкт «Школа безпеки: Запобігти. Врятувати. Допомогти», Всеукраїнський спеціалізований дитячо-юнацький табір «Рятувальник», Всеукраїнська акція «Молодь – за безпечний світ» з широким спектром форм, методів роботи, тематичних навчально-практичних занять, майстер-класів з домедичної допомоги, мінної та фізичної безпеки, готовності до дій в умовах надзвичайних ситуацій та військово-терористичних загроз в умовах воєнного стану; Всеукраїнський конкурс дитячо-юнацької творчості «Безпека в житті – життя у безпеці».

У період воєнного стану та післявоєнної відбудови України питання цивільного захисту та культури безпеки життєдіяльності, зокрема, дітей і молоді, набувають особливої уваги та потребують системного оновлення на всіх рівнях. Важливим є також послідовне впровадження інноваційних форм, технологій роботи та зарубіжного досвіду. Так, у міжнародному партнерстві ГО «ВДГР «Школа безпеки» та молодіжною громадською організацією Німеччини THW-Jugend e.V. у 2023-2024 реалізується проєкт @disaster (@катастрофа, який спрямовано на підвищення культури безпеки в умовах повномасштабного російського вторгнення в Україну. Проєкт орієнтований на молодих лідерів і волонтерів ГО «ВДГР «Школа безпеки» віком від 16 до 28 років. Проєкт

передбачає реалізацію двох напрямів: I. Вдосконалення підготовки лідерів, активістів ГО «ВДГР «Школа безпеки» шляхом проведення системних воркшопів @disaster у Німеччині з інноваційними формами та методами навчання у сфері цивільного захисту, в разі виникнення надзвичайних ситуацій та катастроф. II. Популяризація та передача здобутих знань, умінь і навичок учасниками воркшопів своїм ровесникам у громадах, закладах освіти, що сприятиме підвищенню рівня обізнаності та дієвості у питаннях безпеки життєдіяльності серед дітей та молоді в Україні. Проект є довгостроковим, наразі 83 лідерами ВДГР «Школа безпеки», які пройшли навчання, організовано та охоплено інноваційними формами роботи з культури безпеки життєдіяльності більше 16 тисяч дітей та учнівської молоді в різних громадах України.

Зважаючи на розширення діяльності громадських об'єднань в умовах цифрового простору, важлива увага має приділятися забезпеченню безпеки у цифровому просторі, комунікації у соціальних мережах/месенджерах. Безпека має бути понад усе, і свою частину роботи ефективно можуть робити дитячі громадські організації. Через ігру, тренінгові заняття можна невимушено і цілеспрямовано говорити з дітьми просто і доступно про головне – про безпеку у повсякденному житті, і зокрема у цифровому просторі.

Аналіз ризиків спричинених збройною агресією та загрозові ситуації, які виникають повсякчас в умовах воєнного стану, зумовлюють необхідність без натиску, надмірної тривожності, мотивувати дитину набувати необхідні знання та уміння, вміти вчасно зреагувати на небезпеку в надзвичайній ситуації, допомогти собі та іншим людям, бути відповідальними і обачними. Увага дорослого – педагога, координатора, тренера має бути зосереджена на проведенні занять з використанням інтерактивних методів навчання та виховання, що ґрунтуються на активній участі всіх учасників: обговорення, мозковий штурм, розробка концептуальних карт, рольові та імітаційні ігри, дискусії, моделювання ситуацій, екскурсії, походи, змагання, робота в групі, вирішення проблеми тощо. У представлених в додатках ігрових програмах «Час

діяти» і «МИ – рятівники» дано примірний набір завдань, які, за аналогією, можна наповнювати необхідним змістом з виховання культури безпечної життєдіяльності дітей та учнівської молоді.

Список використаних джерел:

1. Вплив війни на молодь: соціологічне дослідження. URL: https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna_polityka/28.04_vplyv_viyuny_na_molod_v_ukrayini.pdf
2. Круглий стіл «Виховання культури безпеки життєдіяльності дітей та учнівської молоді в умовах воєнного та повоєнного стану: стратегічні орієнтири». URL: <https://ipv.org.ua/2023/event-12-06-2023-2/>
3. Окушко Т. К. Виховання культури безпечної життєдіяльності дітей та учнівської молоді в умовах воєнного стану /Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді: зб. наук.праць. Київ:Інститут проблем виховання НАПН України. Вип. 26. Кн. 2. 2022. С. 53-65.
4. Рекомендації Круглого столу «Виховання культури безпеки життєдіяльності дітей та учнівської молоді в умовах воєнного та повоєнного стану: стратегічні орієнтири». URL: <https://ipv.org.ua/2023/recommendations-12-06-2023/>
5. Електронний ресурс: Як війна змінила життя українських дітей <https://gradus.app/kk/open-reports/iak-zminilosia-zhittia-ukrayinskikh-ditei-pid-chas-viini/>
6. Електронний ресурс: спеціалізований дитячо-юнацький Табір «Рятувальник-2024» https://www.youtube.com/watch?v=n_r9UEvoiKQ
<https://www.youtube.com/watch?v=DE05irX6vzM&t=3s>
7. VIDEO THW-Jugend aus Cuxhaven trainiert Ukrainer im Zivil- und Bevölkerungsschutz - SAT.1 REGIONAL

3.5. Витоки безпеки у цифровому просторі та способи протидії кіберзагрозам

Широкомасштабне воєнне вторгнення стало однією із причин широкого використання дітьми Інтернету, цифрових пристроїв та застосунків, соціальних мереж та цифрових платформ. На жаль, значний відсоток дітей, через особливий режим безпеки в Україні, в прикордонних регіонах, зокрема, змушені в режимі онлайн навчатися, відвідувати розвиваючі заняття, спілкуватися з однолітками та друзями, організувати своє дозвілля.

Згідно з даними громадської організації STOP SEX-ТИНГ у школах України навчається близько 4 мільйонів дітей: 96 % яких є активними користувачами Інтернету [2]. При цьому відзначено, що 67 % сучасних дітей повідомляють про випадки користування контентом з Інтернету, що засвідчує наявність факту незахищеності дитини в мережі. Опитування, що презентоване

ще до війни зазначає, що 97 відсотків користувачів Інтернету це молодь віком від 15 до 29 років. Аналітичні дані в межах звіту «Сексуальне насильство над дітьми та сексуальна експлуатація дітей в Інтернеті» подані МБО «Служба порятунку дітей» свідчать, що 24 % дітей займалися секстингом та 50 % стикалися із ситуаціями онлайн- експлуатації [10].

З одного боку такі дані засвідчують підвищений інтерес до інформації в цілому, а з іншого вказують на низку проблемних ситуацій, які обумовлені ризиками, породженими Всесвітньою павутиною: секстинг, сексторшен, онлайн- грумінг, кібербулінг, порнографічні матеріали. Тому надважливого значення набуває завдання впровадження просвітницької діяльності з формування навичок безпечної поведінки в Інтернеті. Напрямами просвітницької роботи в формуванні навичок безпечної поведінки в Інтернеті є: 1) інформування про ризики та можливості Інтернет-мережі; 2) відпрацювання навичок розпізнавання ризиків та загроз; 3) побудова дієвих алгоритмів протистояння небезпекам в Інтернеті.

Змістовими орієнтирами такої діяльності є:

- донесення до дітей інформації щодо взаємозв'язку доступності персональних даних та зворотного зв'язку в мережі;
- визначення того, що досвід, якого дитина набуває в Інтернеті може впливати на її особисту діяльність;
- інформування дітей про те, що особиста (чутлива) інформація має бути захищена і нікому не передаватись в Інтернеті;
- роз'яснення дітям ризиків викривлення даних в Інтернеті;
- тлумачення контекстів, які несуть загрозу узалежнення поведінки в Інтернеті та ризиків повторного використання інформації, що подана до мережі;
- донесення дітям інформації про ризики віктимізації в Інтернеті [4; 10].

Нижче наведемо перелік прав дитини, які найчастіше порушуються в Інтернеті:

- право на повагу до приватного та сімейного життя, що порушується виставленням особистої інформації, зломом акаунтів, розголошенням персональних даних. На жаль, навіть самі батьки часто порушують ці права, публікуючи таку інформацію у соціальних мережах про своїх дітей;
- право на захист від різних форм жорстокого поводження, в тому разі і від образ, гнівливих коментарів та інших форм насильства.

Розглянемо найбільш поширені загрози і ризики цифрового середовища: секстинг, сексторшин, онлайн- грумінг.

Секстинг – це обмін власними фото-, відео- та текстовими матеріалами інтимного характеру, із застосуванням сучасних засобів зв'язку: мобільних телефонів, електронної пошти, соціальних мереж [11].

В Україні наразі немає статистичних даних щодо секстингу, але відповідно до світової статистики: секстинг поширений серед підлітків – 22 % дівчат і 18 % юнаків, що становить 20 % серед підлітків всього світу. 71% дівчат та 67 % юнаків, які поширюють свої оголені фото, кажуть про те, що вони займаються секстингом зі своїм хлопцем/своєю дівчиною; 15 % підлітків надсилають такий матеріал тому, кого вони знають виключно в онлайні; 25 % дівчат підлітків та 33 % хлопців підлітків отримували інтимні фото, які хтось їм переслав і вони були призначені комусь іншому; 29 % підлітків вважають такий контент прийнятним у відносинах; 23 % дівчат підлітків та 24 % хлопців підлітків зізнаються, що їхні друзі змусили поширити такий матеріал; 52 % дівчат надсилають інтимні фото, як «подарунок» для свого хлопця;

Поширення секстину значною мірою обумовлено й тим, що він виступає свого роду «гарантом довіри і умовою побудови такої довіри між підлітками в Інтернеті». Загроза таких дій може бути частиною шантажу: «якщо не надішлеш фото, значить ти мені не довіряєш, тож давай розірвемо наші стосунки» [7].

Є практика щодо створення в соціальних мережах груп, де юнаки та дівчата створюють контент з непристойними назвами, куди розміщують

інтимні фото однолітків з метою помсти. Також дослідники відзначають, що 34% підлітків використовують поширення інтимних фотографій, як спосіб відчувати свою сексуальність. Будь-яка дитина може надіслати своє зображення, якщо в неї є пристрій з камерою та доступ до Інтернету. Таким чином діти досліджують власну сексуальність. На думку підлітків такий алгоритм поведінки не несе ніякої загрози і виглядає безпечніше, ніж справжній секс. У цей спосіб діти шукають уваги у соціальних мережах. Через сучасні тенденції відбувається гіперсексуалізація поведінки – бажання виглядати відверто та спокусливо.

Наразі випадки підліткового секстину стали сумною реальністю України, українські діти все частіше потрапляють в ситуації безконтрольного поширення фото. Зазначене пояснюється низьким рівнем усвідомлення зв'язку реального та віртуального життя. З метою забезпечення якісного попередження та вирішення цієї проблеми необхідна співпраця батьків, вчителів, дітей та навіть поліції.

Пропонуємо орієнтовну пам'ятку поведінки батьків в ситуації, коли дитина постраждала від секстину:

- не пропонувати дитині показати телефон і не наполягати на негайному видаленні фото (все це завдає додаткової психологічної шкоди дитині та обтяжує можливість поліції результативно працювати).
- підтримати дитину, не критикувати і не засуджувати її;
- звернутися до служби підтримки соціальної мережі;
- звернутися до поліції;
- звернутися за підтримкою до організації Internet Watch Foundation, яка допомагає правильно видалити фото [1];
- усвідомити значимість співпраці батьків, вчителів та поліції у вирішенні небезпечної ситуації.

Ще одним ризиком і загрозою перебування дитини в Інтернеті є *онлайн-грумінг*. Онлайн-грумінг – це побудова в мережі Інтернет дорослим/групою дорослих осіб довірливих стосунків з дитиною (підлітком) з метою

сексуального насильства онлайн чи у реальному житті. Зазвичай злочинці (або злочинні угруповання) реєструються в соціальних мережах під виглядом підлітків чи налагоджують контакт зі школярами в онлайн- іграх, через електронну пошту та ін. Часом діти знають, що спілкуються з дорослими: злочинці можуть додаватися дитині у друзі, розсилати особисті повідомлення, переглядати сторінки дітей і шукати серед них таких, яким бракує любові та турботи вдома. Такі діти можуть писати у себе на сторінках у соціальних мережах: «мене ніхто не любить, навіщо я народився/лася» або «мені дуже самотньо» тощо. Протягом деякого періоду злочинець веде листування з дитиною, будуючи довірливі стосунки. А з часом вимагає від неї дещо відверті свідчення, ніж дитина зазвичай розміщує у себе на сторінці.

Вся складність цієї ситуації полягає в тому, що злочинець починає шантажувати дитину на предмет оприлюднення фото та може вимагати особистої зустрічі. Потрапивши в таку складну ситуацію, діти відчують самотність, відчай та безвихідь, тому погоджуються на всі умови кривдників.

Американська організація THORN [5], створена Ештоном Катчером та Демі Мур, дослідила, що серед 2 100 дітей-жертв онлайн-грумінгу, кожна четверта дитина це дитина у віці 12 років чи молодше, 62 % дітей погоджувалися на домагання злочинців та для 68 % з них погрози та вимоги не припиняли збільшуватися.

Зауважимо, що саме психологічне пригнічення та страх дитини є причиною того, що більшість випадків онлайн-грумінгу залишаються прихованими й не доходять до слідчих органів, хоча це тяжкі злочини (виготовлення дитячої порнографії, розбещення, вимагання та шантажування) і законодавство України передбачає за це кримінальну відповідальність.

Як свідчать психологи, діти що постраждали від сексуального насильства, ще більше травмуються від ймовірності розповсюдження інформації.

Наведемо *приклад* питань, які слугуватимуть основою обговорення насильства щодо дитини в Інтернеті в контексті надання психологічної підтримки:

- Чому ти зробив/зробила ці фото? (Нам треба з'ясувати, чи дитина добровільно це зробила, щоб комусь подобатись, чи хтось її примусив шляхом шантажу);
- Чому, коли та кому ти надіслав/надіслала ці фото? (Треба з'ясувати, чи дитина сама надіслала ці фото, чи, можливо, вони були просто на телефоні, а хтось взяв телефон і надіслав їх іншій людині);
- Хто, чому та коли почав поширювати ці матеріали? (З'ясувати, чи це помста одного підлітка іншому, чи елемент шантажу);
- Де вже бачили фото? (Це допоможе максимально швидко видалити фото);
- Хто бачив фото і чи залучений дорослий? (Треба з'ясувати, чи не вимагав хтось із дорослих надіслати такі фото).

Сексторшен – це шантаж публікацією сексуального контенту (зображень, відео) для залякування, примусу та здирництва. Наслідки сексторшену мають однаковий вплив на дівчат та хлопців будь-якого віку. Згідно з дослідженнями Transparency International [6] 1 з 3 дітей, які мали досвід сексторшену, заподіювали собі шкоду, вчиняли спроби самогубства через отриману психологічну травму. Більшість, хто зіштовхнувся з цим явищем, повідомляють про відчуття самотності, високої тривоги та депресивності думок.

2. Психологічна травма, спричинена цим ризиком, впливає на всі сфери життя постраждалого. Сюди відносять зниження продуктивності, відмову від відвідування навчання, а також уникання місць, де потенційно можна зустрітись зі злочинцем. Дитина знаходиться у постійній тривозі та переживає страх.

3. Постраждалі від сексторшену можуть відчувати стигму суспільства через неприйняття, приниження, ізоляцію та звинувачення у тому, що відбулося.

Високий ступінь ризику для дітей становить і **шкідливий контент** в Мережі. Шкідливий контент – це контент в Інтернеті, що приносить людині

страждання чи шкоду, або може спонукати до небезпечних дій. Найпоширенішими прикладами шкідливого контенту є матеріали, що відображають:

- удушення – ігри з задухою, утопленням або підвішуванням, поїдання неїстівних предметів;
- використання зброї;
- вживання небезпечних предметів і речовин, які не є харчовими продуктами та можуть викликати отруєння або іншим способом завдати шкоди здоров'ю;
- дії, які в результаті можуть призвести до обморожень, опіків чи ударів струмом;
- нанесення собі травм або каліцтв;
- нанесення травм або каліцтв іншим, наприклад, раптовий удар;
- небезпеку без заподіяння фактичної фізичної шкоди – погрози зброєю або вибухівкою, інсценування дзвінка в поліцію або пограбування, інсценування викрадення;
- розіграші, що викликають серйозні емоційні потрясіння, – інсценування смерті або самогубства, насильства, наміри батьків (опікуна) кинути дитину, психологічне насильство (образи, приниження) стосовно дитини;
- інструкцію, як створити вибуховий пристрій;
- насильство – зображення справжніх бійок або інших епізодів насильства;
- рекламу, вживання, виготовлення наркотичних речовин;
- позитивне ставлення до харчових розладів;
- порнографічні матеріали.

З метою просвіти щодо формування безпечної поведінки дитини у Всесвітній павутині доцільно використати проекти ГО «Ліга сучасних жінок» (м. Суми) : «Обізнані та захищені» та «Чемпіони кібербезпеки».

В межах реалізації проєкту ГО Ліга сучасних жінок поширила ігровий локальний мобільний додаток «Чемпіони кібербезпеки», який можна завантажити на свій мобільний пристрій [3; <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.whotir.cyberchamp&hl=uk&gl=US&pli=1>]. «Чемпіони кібербезпеки» - просвітницько-профілактична гра у форматі вікторини, метою якої є запобігання кіберзлочинів щодо дітей. Цільова аудиторія: 12+. Гра має свою корисність і для дорослої аудиторії з метою розвитку умінь цифрової безпеки.

Громадська організація stop_sexтинг також працює в напрямку просвіти та навчання безпечної поведінки в інтернеті. На сайті організації представлений вагомий методичний здобуток (матеріали для батьків і вчителів та дітей з урахуванням вікової періодизації). В організації працює 2 чат-боти:

1) для батьків, старших братів та сестер, та спеціалістів, що працюють із дітьми. У ньому можна отримати інформацію про прикмети, причини, наслідки, порядок дій та попередження щодо різних ризиків для дитини в Інтернеті. Він працює в телеграмі **@online_kids_bot** ;

2) для дітей та підлітків. Тут вони можуть отримати інструкцію, що робити та куди звертатися, якщо їх шантажують в Інтернеті та вимагають контент сексуального характеру. Чат-бот працює на сайті – перейти, а також його можна знайти в телеграмі **@StopSextingBot** [2].

Підсумовуючи зазначимо, що питання формування навичок безпечної поведінки дитини у Всесвітній павутині набуває особливої актуальності. Тому є потреба розвивати комплексні та системні напрацювання в напрямку організації профілактичної діяльності як на основі залучення кращих міжнародних практик, так і через напрацювання вітчизняних з урахуванням важливості партнерського підходу (партнерство освітніх закладів, громадських організацій, міжнародних фондів, батьків та інших зацікавлених сторін) задля досягнення кращих результатів.

Список використаних джерел:

1. Internet Watch Foundation. URL: <https://www.iwf.org.uk/> (дата звернення: 12.05.2024).

2. STOP SEX-ТИНГ «Шкідливий контент: як батькам протидіяти його впливу на дитину?». URL: <https://stop-sexting.in.ua/adult/ryzyk/shkidlyvyy-kontent/> (дата звернення: 08.03.2024).
3. STOP SEX-ТИНГ веб-сайт. URL: https://stop-sexting.in.ua/wp-content/uploads/2020/09/urok_5-6class.pdf
4. The positive and negative effects of video games. URL: https://www.open.edu/openlearn/ocw/pluginfile.php/559731/mod_resource/content/4/The%20Positive%20and%20Negative%20Effects%20of%20Video%20Games.pdf (дата звернення: 18.04.2024).
5. THORN. URL: <http://www.thorn.org> (дата звернення: 18.04.2024).
6. Transparency International URL: https://images.transparencycdn.org/images/2020_Report_BreakingSilenceAroundSextortion_English.pdf (дата звернення: 10.04.2024).
7. Анастасія Дьякова. Рекомендації щодо онлайн-безпеки для педагогічних працівників #stop_sexтинг, 2020. URL: <https://stop-sexting.in.ua/adult/posibnyky/#> (дата звернення: 23.04.2024).
8. Громадська організація STOP СЕХТИНГ веб-сайт. URL: <https://linktr.ee/stopsexting.ua> (дата звернення: 19.04.2024)
9. Громадська організація Ліга сучасних жінок веб-сайт. URL: <https://www.femligaup.com.ua> (дата звернення: 21.04.2024).
10. Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків та молоді: за результатами соціологічного дослідження в межах міжнародного проєкту «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді»: моногр. / О. М. Балакірева, Т. В. Бондар та ін. ; наук. ред. О. М. Балакірева ; ЮНІСЕФ, ГО «Укр. ін-т соц. дослідж. ім. О. Яременка». – К.: Поліграфічний центр «Фоліант», 2019. – 127 с.
11. Створюємо онлайн простір разом з дітьми. Довідник щодо безпечного Інтернету. URL: <https://stop-sexting.in.ua/wp-content/uploads/2020/06/dovidnyk-dlya-batkiv.pdf> (дата звернення: 08.03.2024).

РОЗДІЛ 4

ЦИФРОВІ РЕСУРСИ У РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЇ У ДИТЯЧИХ ГРОМАДСЬКИХ ОБ'ЄДНАННЯХ

4.1. Характеристика основних ресурсів, технологій з розвитку цифрових компетенцій

Цифрова компетентність відноситься до здатності людини використовувати цифрові технології та інструменти для обробки інформації, вирішення проблем та інновацій у цифрову епоху. Вона охоплює багато аспектів, включаючи наступні основні аспекти:

1. Цифрова грамотність. Цифрова грамотність відноситься до здатності людини розпізнавати та розуміти цифрові технології, включаючи здатність використовувати та розуміти цифрові інструменти, цифрові медіа, Інтернет та соціальні мережі. Цифрова грамотність також включає здатність людини ідентифікувати, переглядати, оцінювати та використовувати цифрову інформацію, а також обізнаність та знання про цифрову безпеку та захист приватного життя.

2. Аналіз та інтерпретація даних. В епоху цифрових технологій з'явилася велика кількість даних, і цифрові можливості вимагають від людей вміння ефективно аналізувати та інтерпретувати ці дані. Це включає збір, узгодження, очищення, аналіз та візуалізацію даних з метою упорядкування цінної інформації, тенденцій та закономірностей із даних, а також їх раціонального пояснення та застосування.

3. Пошук і оцінка інформації В епоху цифрових технологій отримати інформацію стало дуже легко, але її справжність і довіру до неї також ускладнилися. Цифрова компетентність вимагає від людей наявності ефективних можливостей пошуку та оцінки інформації, вміння знаходити точну, надійну та цінну інформацію, а також виявляти неправдиву та оманливу інформацію.

Пропонуємо ефективні інструменти цифрової освіти для вчителів і учнів

(таблиця 1 «Інструменти цифрової освіти для вчителів і учнів»).

Таблиця

Інструменти цифрової освіти для педагогів та учнівської молоді

ОНЛАЙН ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ЦИФРОВОЇ САМООСВІТИ	
Дія. Цифрова освіта https://osvita.diia.gov.ua/	Національна онлайн-платформа для розвитку цифрової грамотності. Створена Міністерством цифрової трансформації України. Надає вільний доступ кожному громадянину до навчання цифрової грамотності, допомагає ефективно та безпечно використовувати сучасні цифрові технології в роботі та навчанні, в професійному та особистісному розвитку. Випускає освітні серіали, подкасти, гайди, надає корисні посилання для того, щоб споживачі могли розвивати цифрову грамотність. Після перегляду пропонується тестування.
Prometheus https://prometheus.org.ua/	Одна з найбільших платформ онлайн-освіти в Україні, яка в партнерстві з лекторами, провідними компаніями та організаціями створює онлайн-курси з найбільш популярних тем (наприклад, цифровий маркетинг, цифрова безпека, критичне мислення та інші).
Освітній хаб https://eduhub.in.ua/	Платформа для онлайн навчання та тестування. Містить матеріали для навчання сучасним навичкам, зокрема критичному мисленню. Навчання проходить за змішаною моделлю – онлайн-курси та практичні тренінги.
EdEra https://www.ed-era.com/	Студія онлайн-освіти, на якій розміщено спецпроекти, уроки та курси на різні теми (медіаграмотність, освіта в умовах війни, цифрові підручники тощо). Також на платформі є освітній блог, у якому робиться огляд сучасних освітніх тенденцій та наукових доробків, висвітлюються актуальні новини зі сфери освіти, конференції тощо.

<p>Impactorium https://impactorium.org/uk/all-courses/</p>	<p>Платформа онлайн-освіти зі сталого розвитку. Мета платформи – сприяти сталому мисленню та впровадженню Цілей сталого розвитку на особистому, професійному та національному рівнях. Містить короткі майстер-класи, тренінги, семінари. На порталі є п'ять курсів: «Компетенції викладачів 4.0», «Фінансова грамотність», «Нефінансова звітність», «Skills Lab: успішна кар'єра» та «Корпоративна соціальна відповідальність».</p>
<p>TED- Ed https://ed.ted.com/</p>	<p>Освітня платформа, яка дозволяє створювати навчальні уроки за допомогою вчителів, студентів, аніматорів – загалом людей, які працюють на поширення нових знань та інноваційних ідей в сфері освіти. Веб-сайт дозволяє демократизувати доступ до інформації педагогам та учням. Тут всі охочі можуть брати активну участь у процесі навчання інших.</p>
<p>СЕРВІСИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ПРЕЗЕНТАЦІЙ</p>	
<p>Canva https://www.canva.com</p>	<p>Багатофункціональний сервіс надає широкий доступ до графічних та векторних зображень, фотографій, інфографік, шрифтів. Має величезну бібліотеку з унікальними прикладами презентацій, листівок, плакатів, брошур, банерів, флаєрів та багато іншого з можливістю редагування готових шаблонів.</p>
<p>Projeqt https://projeqt.com/</p>	<p>Інструмент, який дозволяє створювати мультимедійні презентації з динамічними слайдами, у які можна вставляти інтерактивні карти, посилання, онлайн-вікторини, хронологію Twitter та відео. Має багато опцій для створення унікального варіативного контенту. Під час уроку педагоги можуть поділитися з учнями презентаціями, які візуально адаптовані до різних типів пристроїв.</p>

<p>Prezi https://prezi.com/</p>	<p>Сервіс для створення інтерактивних презентацій і відео з нелінійної структурою в режимі онлайн. У презентації є можливість масштабування, наближення, віддалення, повороту об'єктів, що створює ефект динамічності та присутності. При створенні можна додавати медіафайли, векторні зображення, графіку, змінювати послідовність усіх елементів. Мова інтерфейсу англійська, проте можна додавати текст презентації українською мовою.</p>
<p>Презентації Google https://www.google.com/intl/uk/slides/about/</p>	<p>Сервіс простий, інтуїтивно зрозумілий та сумісний з PowerPoint. Має великий банк шаблонів. Є можливість додати відеоматеріали, фотографії, зображення, анімацію. Зручний в редагуванні (є можливість спільного редагування з іншими користувачами).</p>
<p>Sway https://sway.com/</p>	<p>Сучасний кроссплатформений сервіс для створення презентацій, сайтів, бюлетенів. Має україномовний інтерфейс, зручну навігацію, анімовані ефекти. Дозволяє надавати доступ до презентації іншим користувачам, легко інтегрується з соціальними мережами.</p>
<p>Piktochart https://piktochart.com/</p>	<p>Сервіс для створення презентацій у форматі інфографіки та постерів. Дозволяє швидко та зручно візуалізувати статистичні дані у вигляді графіків, діаграм, карт, таблиць. Містить великий банк унікальних шаблонів. Зручний інтерфейс з підказками.</p>
<p>Slides https://slides.com/pricing</p>	<p>Потужний сервіс для створення презентацій будь-якого рівня складності. Базових функцій, доступних у безкоштовній промо-версії цілком достатньо для створення цікавого та повноцінного продукту. Кількість шаблонів обмежена.</p>
<p>Sparkol VideoScribe</p>	<p>Сервіс для створення скрайбінг-презентацій. Дозволяє створювати відеоролики з ефектом промальовування</p>

www.sparkol.com	сюжету від руки. Є велика тематична бібліотека анімованих зображень. У презентацію можна додавати авторський аудіо-супровід або записати закадровий голос.
СЕРВІСИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ВПРАВ	
Learningapps.org https://learningapps.org/	Сервіс призначений для розробки інтерактивних модулів, завдань з різних тем. Учасники можуть в ігровій формі перевірити знання, закріпити нову інформацію. Сервіс допомагає з цікавістю опанувати нові корисні знання.
Kahoot https://kahoot.com/	Гейміфікована навчальна платформа для проведення вікторин, створення тестів і освітніх ігор. Пропонує безкоштовну передплату для українських шкіл, щоб допомогти їм підтримувати інтерес учнів до дистанційного навчання.
Classtime https://www.classtime.com/uk/	Платформа для створення інтерактивних вправ, яка допомагає залучити кожного учня до активної роботи та отримати миттєву візуалізацію навчального матеріалу. Дозволяє вести аналітику результатів, створювати інтерактивні уроки та заходи, містить бібліотеку запитань, дозволяє її поповнювати і ділитися з іншими педагогами.
Easy test maker https://www.easytestmaker.com	Сервіс для створення завдань, тестів, в яких учасникам потрібно вибрати вірні і помилкові твердження. Дозволяє форматовувати тести у .pdf або .doc. (що зручно для роздруковування). Безкоштовна версія дозволяє створити 25 тестів без можливості експорту у «паперові» формати.
Plickers https://get.plickers.com/	Сервіс для миттєвого опитування учнів у вигляді мобільного додатку. В основі сервісу – мобільний додаток, сайт та роздруковані картки з QR-кодами. Дозволяє проводити опитування на смартфонах учнів в режимі реального часу і вести статистику по кожному з учнів.

<p>Quizlet https://quizlet.com/uk/</p>	<p>Сервіс об'єднує понад 60 мільйонів учнів у всьому світі, які використовують картки, пробні тести та ігри Quizlet, засновані на наукових принципах, щоб досягати своїх цілей у школі, університеті та за їх межами. Сервіс безкоштовний, багатомовний.</p>
<p>Socrative https://www.socrative.com/</p>	<p>Socrative – це система, яка дозволяє вчителям створювати вправи чи навчальні ігри, які учні можуть розв'язувати за допомогою мобільних пристроїв, будь то смартфони, ноутбуки чи планшети.</p> <p>Вчителі можуть бачити результати діяльності та, залежно від них, змінювати наступні уроки, щоб зробити їх більш персоналізованими.</p>
<p>Thinglink https://www.thinglink.com/</p>	<p>Thinglink дозволяє педагогам створювати інтерактивні зображення з музикою, звуками, текстами та фотографіями. Ними можна поділитися на інших веб-сайтах або в соціальних мережах. Платформа пропонує вчителям можливість створювати навчальні методики, які пробуджують допитливість учнів за допомогою інтерактивного вмісту, який може розширити їхні знання.</p>
<p>ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ВІДЕОКОНФЕРЕНЦІЙ ТА ЗУСТРІЧЕЙ ОНЛАЙН</p>	
<p>Google Meet https://meet.google.com/</p>	<p>Сервіс, де можна проводити високоякісні й безпечні відеозустрічі та дзвінки. Доступний для всіх користувачів і різних видів пристроїв. Має зручне планування, функції запису й адаптивні макети. Дозволяє демонструвати весь екран або вікна окремих додатків, щоб ознайомити учасників з необхідними документами, презентаціями чи таблицями.</p>
<p>Zoom https://zoom.us/</p>	<p>Одна з найпопулярніших програм для організації та проведення відеоконференцій. Дозволяє підключати</p>

	одночасно до 100 пристроїв безкоштовно, з 40-хвилинним обмеженням для безкоштовних акаунтів. Користувачі мають змогу підвищити рівень обслуговування, використовуючи один з тарифних планів.
Cisco WebEx https://www.webex.com/webinar.html	Зручна і потужна платформа для організації вебінарів і відеоконференцій (до 40 хв), 50 учасників. Дозволяє спілкуватися в чаті, здійснювати аудіодзвінки і обмінюватися файлами. Має опцію голосового управління трансляціями. Додаток орієнтований на тих, хто навчається віддалено в домашніх умовах.
Go To Meeting https://www.gotomeeting.com/	Вебсервіс для проведення та організації відеоконференцій, презентацій, онлайн-зустрічей. Має функцію віддаленого перегляду робочого стола. Дозволяє користувачам спілкуватися один з одним через Інтернет в режимі реального часу. Сервіс автоматично продукує форму для реєстрації та розсилає нагадування про вебінар всім зареєстрованим учасникам.
My Own Conference https://myownconference.com.ua/	<p>Платформа для проведення вебінарів, відеоконференцій і онлайн лекцій. Підтримує 16 мов, зокрема українську. Входить до TOP-5 найкращих світових сервісів для проведення вебінарів та онлайн-навчання.</p> <p>Можна проводити онлайн відеоконференції та вебінари з телефону, планшета чи комп'ютера. Учасники також братимуть участь із будь-якого мобільного пристрою без завантаження додаткових програм. Містить конструктор для створення реєстраційної форми для учасників, дає змогу налаштувати автоматичні розсилки з нагадуваннями.</p>

4.2. Методи навчання цифрової грамотності щодо ефективного спілкування та участі в онлайн-спільнотах

Ефективним складником для розвитку та ефективної промоції громадських організацій є розроблення власної комунікативної стратегії, й складовою частиною якої є SMM-стратегія.

SMM-стратегія – це чіткий та послідовний план розвитку комунікації організації в соціальних мережах. Вона визначає способи просування громадської організації з метою популяризації продуктів та послуг, а також залучення різних видів цільової аудиторії (первинної та вторинної чи безпосередньої та опосередкованої) та поліпшення взаємодії з нею [12].

Потреба в SMM-стратегії визначається викликом щодо впровадження більш систематизованої та ефективної роботи в соціальних мережах. За допомогою SMM-стратегії можна спрогнозувати результати просування в соціальних мережах та оцінити потенційні витрати в майбутньому. Комунікаційники, що відпрацьовують SMM-стратегії, відзначають їхню економічність. Це означає, що вдало розроблена SMM-стратегія дає можливість визначити більш ефективні канали комунікації, а також скоротити витрати на рекламу в соціальних мережах. Зазначене апелює до думки про те, що якщо організація знає де знаходиться (в якій соціальній мережі) її цільова аудиторія, то це допомагає сконцентруватися на розкручуванні на потрібній платформі та допоможе уникнути витрат, в тому разі і часових в інших соціальних мережах.

Відповідно можна відстежити й економію часу. Наявність контент-стратегії та плану публікацій істотно скорочує витрати часу на розроблення й розміщення матеріалів. Це особливо важливо громадській організації, які в силу своїх фінансових можливостей, не завжди спроможні знайти окрему штатну одиницю SMM-фахівця.

Наявність SMM-стратегії передбачає скоординованість роботи всіх членів команди. SMM-стратегія дозволяє на самому початку визначити пріоритетні завдання та терміни їхнього виконання для кожного члена команди дитячого об'єднання чи громадської організації соціального спрямування.

Саме завдяки чітко розробленій SMM-стратегії вдається: просувати послуги ГО, що впроваджуються в межах певних проєктів; залучати нових

клієнтів та утримувати вже наявних; підвищувати рівень залученості цільової аудиторії; максимально ефективно використовувати ресурси ГО, в тому разі й фінансові.

Процес розробки SMM-стратегії передбачає серію послідовних кроків, першочергово опишемо так звані підготовчі кроки, про які мають подбати представники ГО чи дитячого об'єднання задля успішного просування в соціальних мережах.

1. Дослідження: запитів, тенденцій, зацікавленості, можливостей, власних ресурсів тощо.

2. Вивчення специфіки цільової аудиторії заради якої ГО чи дитяче об'єднання продукує свої активності (послуги, продукти). Адже для того, щоб послуги організації мали попит, а результати були ефективними, потрібно чітко розуміти власне цільову аудиторію конкретної Дитячої громадської організації (далі ДГО) заради якої й здійснюється конкретна діяльність. Саме цільова аудиторія зацікавлена в послугах ГО. Тому вивчення цільової аудиторії є важливим кроком залучення, а потім і утримання цільової аудиторії через дослідження розуміння її потреб та запитів. Аналіз цільової аудиторії є важливою передумовою успішного просування ДГО в різних соціальних мережах.

3. Аналіз ринку представлених ГО та дитячих об'єднань. Такий підхід дозволяє зрозуміти переваги інших та свої, усвідомити свої сильні сторони та розвивати їх. Саме на цьому етапі доповнюється унікальність комунікаційного контенту в соціальних мережах через який проявляється безпосередня унікальність ГО чи дитячого об'єднання. Щоб якомога ефективніше відбувся аналіз ринку надавачів соціальних послуг з точки зору комунікації, варто проаналізувати акаунти інших ГО, звернути увагу на контент, який вони публікують та частоту публікацій. Не зайвим буде звернути увагу й на аудиторію підписників та проаналізувати найефективніші механізми взаємодії з нею [11].

4. Вивчення продукту, послуги, яку потрібно презентувати та просувати в соціальних мережах. На цьому етапі досліджуються візуальні та

текстові складові просування послуги, робиться акцент на вивченні найбільш популярних соціальних мереж для безпосередньої цільової групи.

5. Вибір соціальних мереж та концепту спільноти на яку буде орієнтуватися громадська організація чи дитяче об'єднання при просуванні своїх послуг, продуктів (творчі заняття, групи підтримки, консультації, матеріальна допомога тощо). Концепція просування послуг має вказувати на сильні сторони пропонованої послуги. Важливо визначити, які теми будуть обговорюватися у спільноті, які види контенту будуть публікуватися тощо.

6. Визначення цілей і завдань SMM-стратегії. Цілі та завдання мають бути конкретними, вимірюваними, досяжними, релевантними й обмеженими за часом. У цілях та завданнях мають закладатися перспективи на збільшення впізнаваності ГО в соціальних мережах, залучення нових клієнтів.

7. Розробка SMM-плану. SMM-план – це покрокова презентація діяльності щодо досягнення цілей та завдань SMM-стратегії. На цьому етапі також доповнюються критерії ефективного впровадження цілей та завдань, аналізуються ризики та способи реагування на ці ризики [9].

8. Аналіз поточної ситуації. Цей крок здійснюється час від часу, адже на основі здійсненого аналізу плануються можливі кроки подальшої діяльності. Саме аналіз поточної ситуації дозволяє проаналізувати контент, який публікується в соціальних мережах, і визначити його відповідність цілям і завданням SMM-стратегії громадської організації. Варто також приділити увагу врахуванню попереднього досвіду. У разі невдач важливо проаналізувати причини та запобігти їхньому повторенню [9].

9. Вибір позиціювання ГО, дитячого об'єднання. Позиціонування передбачає визначення унікального місця продукту/послуги ГО на ринку надавачів соціальних послуг. Для цього обов'язковим є визначення переваг послуги, що пропонується ГО (креативність та гнучкість надання; досвідчений фахівець; цікава методика подачі тощо). Бажано щоб послуга, яку пропонує організація, відрізнялася від послуг, що презентують інші суміжні за інтересами ГО. Послуга, що пропонується має бути простою та зрозумілою, щоб представники цільової групи відразу ідентифікували її для себе [9].

Наступні кілька кроків зорієнтовані на висвітлення безпосередньо процесу створення SMM-стратегії.

1. Створення візуального стилю.

Відзначимо, що розробка візуального стилю є одним із найважливіших кроків, адже візуальна складова покликана привертати увагу цільової аудиторії. Візуальний стиль меседжів у соціальних мережах має відповідати концепції та візії функціонування дитячого громадського об'єднання. Візуальний образ ДГО може містити в собі логотип, колірну гамму, типографіку та інші елементи, які допоможуть виділити послуги організації.

2. Створення текстового стилю.

Текстовий стиль в SMM-стратегії є також важливим етапом розробки, а потім і впровадження цієї стратегії. Це певною мірою ключовий інструмент для взаємодії з цільовою аудиторією. Важливо враховувати інтереси цільової аудиторії та орієнтуватись на можливості ДГО.

3. Складання плану активностей. Цей крок є безпосереднім вираженням планування комунікації в соціальних мережах шляхом використання інструменту – SMM-діяльності. При складанні плану визначається те, які дії будуть впроваджуватись для просування послуг ДГО та для успішної комунікації з цільовими групами. Успішність планування великою мірою залежить від усвідомлення кожним учасником команди власного внеску у виконання цілей і завдань SMM-стратегії [5].

4. Розрахунок витрат на таргетовану рекламу. Цей крок сприяє просуванню послуг організації та залученню нових отримувачів цих послуг. Це означає, що певна кількість постів може просуватись в мережах за допомогою таргетованої реклами. При цьому є рекомендації заздалегідь розрахувати очікувані витрати на просування послуг.

5. Оформлення стратегії. Оформити стратегію можна у вигляді таблиці, презентації тощо. Головне щоб команда організації розуміла всі кроки стратегії та її призначення і могла чітко розібратися в кожному кроці [10].

Для зручності роботи можна використовувати готові шаблони. Вони допоможуть систематизувати інформацію та зробити процес розробки SMM-стратегії ефективнішим. Наприклад, шаблон для визначення цілей дозволить

чітко сформулювати завдання, які потрібно розв'язати. А приклад SMM-стратегії для аналізу цільової аудиторії допоможе визначити її потреби й інтереси.

Важливо пам'ятати, що кожен етап є важливим і необхідним для успішного просування продукту або послуги в соціальних мережах. І зробити процес розробки більш зручним і ефективним допоможе шаблон SMM-стратегії. При цьому варто враховувати унікальні особливості своєї організації та адаптувати шаблон планування до специфіки її діяльності.

Доцільно більш детально зупинитися на складових SMM-стратегії. Спочатку розглянемо правила створення контенту для підписників дитячого громадського об'єднання (ДГО) у соціальних мережах. Безумовно, майже всі види звернень до цільової аудиторії через соціальні мережі мають текстовий супровід. Ось чому, варто звернути увагу на копірайтинг. Копірайтинг передбачає написання текстів інформаційного характеру, які в свою чергу є частиною SMM-просування. Бажано дотримуватися правил лаконічної подачі текстових матеріалів, а ще вони мають нести в собі цікавість та корисність для визначеної цільової групи (формулювання звернення, адаптуючись на так званий портрет цільової аудиторії). Важливе значення у напрацюванні тематики текстових повідомлень має рубрикатор – орієнтовний перелік тем, які покривають цілі та задовольняють інтереси цільової аудиторії ДГО [4].

Важливою порадою є стиль спілкування ДГО з цільовою аудиторією через соціальні мережі у форматі *tone of voice*. Матеріал, який доносить до цільової аудиторії ДГО має стимулювати у них бажання коментувати, репостити, долучатися до обговорення. За свідченнями фахівців у галузі SMM аудиторія витрачає близько 2 с., щоб ознайомитися з постом, тому потрібно зачепитися з першого речення, щоб матеріал був прочитаний повністю та здійснені кроки щодо його просування в мережі (лайк, коментар, репост).

Базою для успішного копірайтингу є врахування наступних ключових моментів: стисла та лаконічна подача матеріалів; креативний підхід викладу матеріалу; актуальність підготовленого матеріалу, що означає розуміння запитів цільової аудиторії та правильність вибору способів реагування. Щодо частоти викладу постів, то можемо відзначити «вимогливість соціальних

мереж», що потребує високої продуктивності від копірайтера та систематичності в написанні постів (через день та щоденні сторіз), що безумовно впливає на успішність ведення соціальних мереж. Важливим моментом у комунікації з цільовою групою є публікація відгуків та повідомлень із вдячністю від користувачів різних послуг, що пропонує ДГО. Також при публікації постів варто звернути увагу на формулювання «яскравого заголовку», обов'язковими є абзаци в текстах, списки, певні смайлики. Матеріал, що подається у соціальних мережах має бути простим для сприйняття читачем, містить заклик до дії: «Відвідайте наші заходи»; «Прийдіть до нас і проявіть свою активність» тощо [13].

Щоб контент, який просуває організація був релевантним потрібно створити так званий «календар ситуативів та інфоприводів»: події, свята тощо.

Розглянувши вище зазначені правила щодо оформлення текстових звернень організації в соціальних мережах, відзначимо, що ефективність SMM-стратегії значною мірою буде залежати від: відповідності контенту інтересам цільової аудиторії, гнучкості та регулярності. Щоб діяльність у соціальних мережах була успішною, потрібно залучити. SMM-стратегії залежить від того, наскільки вона відповідає інтересам і потребам цільової аудиторії. Вона має бути гнучкою, регулярно аналізуватися та коригуватися у разі потреби.

Актуалізувавши необхідність комунікації організації з цільовими групами через соціальні мережі, звернемося до вивчення їх різновидів та короткого опису особливостей.

За дослідженнями GlobalLogic [2] у липні 2023 77 % українців користуються соціальними мережами. На сьогодні, найпопулярнішими платформами є: Facebook, Instagram і TikTok. Серед месенджерів – Viber, Telegram та Facebook Messenger. Для здійснення професійного спілкування та нетворкінгу українці починають опановувати LinkedIn. З огляду на таку популярність соціальних мереж, можемо ще раз наголосити на необхідності організації будувати висвітлення своєї діяльності і на цих платформах. Щоб робота просувалась успішно, варто залучати фахівця – SMM-менеджера. Функціонал SMM-фахівця полягає у створенні і заповненні сторінки організації в соціальних мережах, аналізі SMM-стратегії та виборі актуальних напрямів для

просування послуг організації в мережах. Найважливішим завданням діяльності SMM-менеджера є утримання високого показника залученості цільової аудиторії. Залежно від фаховості SMM-фахівця, потреб та можливостей організації та специфіки контенту, що подається можуть залучатися фотографи, відеографи та інші фахівці, які можуть допомагати генерувати якісний контент. Для того щоб цільова аудиторія не втрачала інтерес і відчувала зацікавленість потрібно вести постійний діалог з підписниками (обробка запитів, надання фідбеку).

Багатоаспектність діяльності SMM-фахівця засвідчує необхідність постійного оновлення знань, аналізу трендів, аналізу інструментів SMM тощо.

Подальше дослідження присвятимо знайомству з функціоналом найбільш поширених соціальних мереж, проаналізувавши кожен з них за кількома характеристиками: цільова аудиторія, наявність корисного для SMM інструментарію, предмет просування.

Першу платформу, яку візьмемо до аналізу буде інстаграм. Переважну більшість користувачів становлять люди від 18 до 28 років. Кількісний показник користувачів інстаграм невідмінно росте, так за даними розробників курсу «SMM фундамент» (платформа PROMETEUS) у 2019 році було зареєстровано 11 млн українців, а вже у січні 2022 році – 17,3 млн. українців були зареєстровані в Інстаграм. Також відзначається дорослішання аудиторії, що робить Інстаграм більш універсальною платформою користувачів. Інструментальна особливість платформи Інстаграму полягає в тому, що тут в основному використовується візуальний контекст з мінімумом текстового супроводу. Інстаграм дає можливість використовувати таргетовану рекламу для просування послуг організації та формування її іміджу в середовищі надавачів подібних послуг. Можливості Інстаграм виявляються й спроможністю залучення блогерівської підтримки. Інстаграм має достатньо широкий функціонал сторінки: поле для представлення опису діяльності (окремої активності) організації; деталізація послуг організації за допомогою посилань, що описують/тлумачать/характеризують; збережені сторіс, що групуються за тематикою; публікації з візуальним контентом у кількості до 10 фото, reels –

платформа для короткого відео контенту; сторіс у форматі живого постигну; опція прямих ефірів та приватних повідомлень (direct) [5].

Наступною за популярністю платформою, де організація/об'єднання можуть поширювати інформацію про свої активності є Фейсбук. Особливістю Фейсбуку є перевага інформаційного та новинного контенту. Ядром аудиторії на фейсбук є вікова група користувачів від 28 до 40 років, а також добре представлений віковий діапазон користувачів 40–55 років. Кількісні дані, презентовані розробниками курсу «SMM фундамент» (платформа PROMETEUS) висвітлені такими цифрами: 2019 рік – 12 млн. українців, а вже у січні 2022 році – 15 млн українців були користувачами мережі Фейсбук [10]. Зазначена соціальна мережа володіє широким функціоналом щодо: налаштування таргетованих рекламних кампаній; просування сторінок для отримання нових підписників; трафік на сторонні сайти; лідогенерація для отримання контактів цільової аудиторії тощо.

Останнім часом великої популярності набуває така соціальна мережа як TikTok. На сучасному етапі – це вже досить потужна мережа просування послуг і продуктів діяльності в середовищі широкого кола користувачів. Переважна більшість користувачів представлена групою осіб 20–25 років, проте відзначена щорічна динаміка щодо подорослішання цільової аудиторії TikTok. Кількісні дані користувачів представлені групою 11 млн. українців (на липень 2022 року). Провідною характеристикою контенту, який може представляти організація на цій платформі є відео контент короткого формату, а також популярні навчальні і соціальні матеріали. Своєрідним бонусом цієї мережі є безоплатне розповсюдження контенту самою соціальною мережею. Умовами якісного просування контенту організації в мережі TikTok є реагування на трендовість, своєчасність та ситуативність.

Для успішного ведення TikTok важливо орієнтуватися в трендах, переглядати популярні відео та адаптувати їх під свою тематику, використовувати популярну музику, експериментувати з формами та постити відео згідно із системою контент-плану SMM [10].

Наразі однією із найпопулярніших соціальних мереж є Телеграм. Більшість організацій мають кілька каналів у Телеграм. Ядро користувачів цієї

мережі представлене віковою категорією – 18–34 роки. Найбільший приріст користувачів платформи Телеграм відбувався у квітні 2022 року. Як відзначають дослідники, більшість користувачів приєдналися до цієї соціальної мережі з початком повномасштабного військового вторгнення. У телеграмі громадська організація може активно комунікувати з наявною клієнтською базою. Проте Телеграм не має функціональної можливості просувати власні послуги за допомогою таргету [10]. Водночас необхідно пам'ятати про правила безпеки у використанні месенджерів Telegram і Viber, оскільки вони створені державою – агресором і насичені ворожим контентом.

Менш популярною, порівняно з попередніми соціальними мережами є Лінкедин (LinkedIn). Ця мережа використовується для нетворкінгу, пошуку співробітників та налагодження ділових стосунків організації на міжнародному рівні. На сучасному етапі розвитку соціальних мереж Лінкедин використовується віковою групою – 25–40 років. Характер провідного контенту: новини, досягнення, плани. Особливістю Лінкедину є також наявність платних сервісів просування: таргетинг та популярні розсилки [6].

Отже, побудова успішної комунікації та просування послуг дитячої громадської організації в соціальних мережах, залежить від внутрішнього організаційного аналізу та вибору найбільш оптимальних для використання соціальних мереж та розробки відповідної стратегії просування.

З метою вдосконалення цифрових комунікацій вихованців пропонуємо використати блок вправ-тренажерів спрямованих на відпрацювання навичок ефективного ведення комунікації (представництва громадської організації чи дитячого об'єднання) у соціальних мережах засобами SMM діяльності. За можливістю, їх можна використати в процесі проведення повного тематичного дводенного тренінгу або окремих практичних занять з вихованцями.

№ з/п	Назва вправи	Мета вправи	Час (у хв)
1.	Цифровий слід	Скерувати учасників до міркування про важливість відпрацювання чіткої SMM стратегії, використовуючи засоби цифрових комунікацій.	20
2.	ONE VOICE	Узгодити і координувати спільну позицію представників громадської організації чи дитячого об'єднання в контексті послідовності використання меседжбоксу «ONE VOICE».	30
3.	Колесо бренду	Визначити концептуальні підходи щодо позиціонування громадською організацією чи дитячим об'єднанням власних послуг.	30
4.	Комунікацій на стратегія	Актуалізувати необхідність формулювання комунікаційної стратегії громадської організації чи дитячого об'єднання та відпрацювати складові комунікаційного плану.	30
5.	Рольова гра «Комунікація»	Усвідомити ефективність різнорольового підходу до оптимізації комунікації з різними цільовими групами.	40
6.	Аналіз акаунту	Навчитися досліджувати та аналізувати візуальний контент дитячих та громадських об'єднань, відпрацювати критерії візуальної ефективності	30
7.	Рекомендації щодо ведення соціальних пабліків	Визначити загальні методичні підходи-рекомендації, що оптимізують діяльність ГО чи ДО у соціальних мережах	20
8.	Сторітеллінг	Відпрацювати навички комунікації з цільовою аудиторією засобами сторітеллінгу	30
9.	Make reels	Відпрацювати навички креативувати (створювати) рілс	40
10.	«Не роби так»	Проаналізувати змістовні складові ведення SMM стратегії	30
11.	Матриця постів	Відпрацювати навички написання постів	30
Всього: 5 год. 30 хвилин			

1. *Вправа «Цифровий слід»* (20 хв). Мета: скерувати учасників до міркування про важливість відпрацювання чіткої комунікативної стратегії, використовуючи засоби цифрових комунікацій.

Хід: Учасникам пропонується об'єднатись у пари і обговорити питання-завдання: «Подумайте, що ви вкладаєте в поняття цифровий слід?» «Чи важливо «дбати про власний цифровий слід як представника певної ГО та цифровий слід ГО в цілому?» (10 хв).

Учасники презентують напрацювання в парах. Далі проводиться загально групове обговорення.

2. *Вправа «ONE VOICE»* (єдиний голос) (30 хв). Мета: узгодити і координувати спільну позицію представників громадської організації чи ди. До них віднесемо такі рекомендаційні моменти:

1) Уявіть собі, що ваша організація була б людиною. Опишіть цю людину:

2) Який характер вона б мала?

3) Як ставилася б до інших?

4) Якому стилю спілкування надавала б перевагу?

5) Який тон голосу у вашої людини тепер?

6) Яким словам вона б надавала перевагу?

Потім пропонується підвести підсумки щодо єдності позиції представників дитячого об'єднання в контексті послідовності використання месенджбоксу ONE VOICE.

Хід проведення: Об'єднати учасників групи в підгрупи. Учасники отримують завдання типу: «Ваша організація планує займатись діяльністю щодо навчання підлітків безконфліктній поведінці (Примітка: може бути обрана інша предметна спрямованість організаційної зацікавленості). Запропонуйте загальну схему комунікативної активності вашої організації, керуючись покроковою системою:

- єдиний голос;
- узгодженість і координація;

- спільна думка;
- деконфліктизація;
- зрозумілість для цільової аудиторії.

Примітка: ведучий (тренер) уточнює та наголошує на важливості інформації про залучення бенефіціарів через ведення активної комунікації у соціальних мережах. Варто врахувати «TONE OF VOICE» манеру спілкуватися, статусну роль – офіційну, ієрархічну (ввічлива, дистанційна - дружня, горизонтальна, неформальна).

Сформулюємо загальні рекомендації до процесу підготовки, наприклад відеозвернення до представників цільової аудиторії, акцентуючись на врахуванні тону голосу організації щодо питання пріоритизації провідних комунікативних особливостей організації.

Візуальна складова процесу комунікації. Айдентика та брендинг.

Важливо відзначити необхідність систематичної роботи в напрямку «брендингу» послуг, що надаються окремими ГО та дитячими об'єднаннями. Для цього можна запропонувати вправу «Колесо бренду».

3. *Вправа «Колесо бренду»* (30 хв). Мета: визначити концептуальні підходи щодо позиціонування громадською організацією чи дитячим об'єднанням власних послуг.

Хід: Учасники об'єднуються у підгрупи, у кожній по 5 осіб. Кожному представнику групи надається позиція: «Атрибути: перше, що бачить цільова аудиторія», «Вигоди: раціональні переваги, що пропонуються», «Цінності: як-то цінності організації в цілому так і ключові цінності по проєкту», «Особистість: якби проєкт був людиною, то яка б це була людина», «Суть бренду: сутнісні характеристики бренду». Кожен відповідно до специфіки власної позиції розробляє і презентує послугу дитячого об'єднання щодо забезпечення можливості змістовного дозвілля.

4. *Вправа «Комунікаційна стратегія»*. (30 хв). Мета: актуалізувати необхідність формулювання комунікаційної стратегії громадської організації чи дитячого об'єднання та відпрацювати складові комунікаційного плану.

Хід: виконання вправи передбачає кілька етапів:

- учасники працюють у підгрупах по 4–5 осіб, на картках отримують інформацію щодо складових комунікаційного плану. Кожен представник підгрупи повинен пояснити групі сутність певної складової комунікаційної стратегії. На другому етапі роботи необхідно змодельовати елементи комунікаційної стратегії відповідно до визначеної ситуації інформаційного включення (Інформування про початок діяльності літнього табору на базі організації; повідомлення про старт циклу життєвих навичок для підлітків; звітування про завершення певного творчого івенту тощо). Методичною підказкою при виконанні вказаного завдання є складові комунікаційної стратегії. До них належать:

1. Позичіонування організації чи об'єднання.
2. Аудиторія (цільова група комунікаційного впливу).
3. Місія комунікації.
4. Айдентика (візуалізація послуги, діяльності: брендинг).

5. *Вправа «Рольова гра «Комунікація» (40 хв).* Мета: усвідомити ефективність рольового підходу до оптимізації комунікації з різними цільовими групами (клієнти, донори, партнери, стейкхолдери, волонтери, громадськість в цілому).

Хід. Група учасників об'єднується по 3 особи і отримує «свою роль»: «правдошукачі», «рефері», «захисники», «візіонери». Кожна група має завдання щодо формулювання інформаційного меседжу у соціальній мережі, який стосується просвіти стосовно кіберзлочинності. Підгрупи учасників працюють у заданих рольових позиціях.

6. *Вправа «Аналіз акаунту» (30 хв).* Мета: навчитися досліджувати та аналізувати візуальний контент дитячих та громадських об'єднань, відпрацювати критерії візуальної ефективності.

Хід: учасникам пропонується створити спільний чат у соціальній мережі. Знайти та розмістити в цьому чаті посилання на акаунти громадських ініціатив

із соціальних мереж, які сподобались. Обговорити правила чи прийоми ефективною, на думку учасників, побудови візуального контенту.

7. Інформаційне повідомлення *«Рекомендації щодо ведення соціальних мереж»*. Зосередимося на більш специфічному аналізі контенту з соціальних мереж. Зазначимо, що на сьогодні особливої популярності набуває Instagram. Це саме та мережа, що досить швидко адаптується до типових тенденцій ринку.

СММ аналітики зауважують, що Instagram аудиторія в Україні збільшилася на 2,3 млн, і соцмережа вперше за цим показником випередила Facebook (за період ковіду та повномасштабного вторгнення). Зараз її аудиторія – 17,3 млн користувачів, що на пів мільйона більше, ніж у Facebook Instagram покращив свої позиції у всіх обласних центрах – показник проникнення зріс у середньому на понад 5 %, а містами-лідерами стали Київ (+10 %), Івано-Франківськ (+7,8 %) та Запоріжжя (+6,8 %). У Facebook динаміка гірша: частка користувачів соцмережі знизилася у восьми містах. Найбільше – у Луцьку (–8,1 %) та Львові (–3,3 %). Лідерами за зростанням кількості користувачів є Одеса (+5,8 %), Суми (+3,1 %) та Київ (+3,1 %)

Інформаційне повідомлення (10 хв). Пропонуємо загальний перелік рекомендацій, які можуть сприяти більш комфортному просуванню сторінки дитячого чи громадського об'єднання у Інстаграмі. З-поміж них:

- працюйте над створенням свого унікального стилю у всьому: від візуального оформлення до текстової складової;
- пропонуйте цікавий контент для підписників (кожен пост з позиції: чи цікаво це буде для цільової аудиторії);
- складайте список тем, що будуть відображатися на сторінці дитячого об'єднання чи громадської організації (бажано створити тематичний рубрикатор та чітко виписати теми для постів);
- розробіть таймінг виходу постів у Інстаграм (наприклад, «календар постів»). Оптимальна кількість постів – 5-7 на тиждень;

- аналізуйте контент (в ключі, який контент приносить кращі результати, а які гірші) представленого у соціальній мережі (можна робити як календарний аналіз, так і на основі періодів звітності, наприклад по завершенню певних етапів проєкту);
- подавайте інформацію у форматі інфографіки / картинок/ та іншого зважаючи на те, що більшість людей у світі – візували. При формуванні контенту, звертайте увагу на те, що фотографії з текстурою набирають на 79 % більше лайків, ніж ті на яких немає зображення (canva.com).
Також варто врахувати деякі рекомендації по роботі із Stories.
- Якість та розмір відео: роздільна здатність відео має бути щонайменше 600 пікселів, а розмір - не більше 4 ГБ. Якщо файл буде занадто великим, Instagram його стисне і якість просяде.
- Пам'ятайте, що розмір завантажуваної історії повинен бути рівним 1080x1920 (9:16) – ні більше, ні менше. Привести ролик до потрібних параметрів можна в простих програмах для монтажу: наприклад, Canva або InShot.
- І найважливіший пункт – стійке підключення до Інтернету. Якщо Wi-Fi не потягне, Instagram полегшить ролик на шкоду якості.
- Інформація, яка викладається має бути сформульована простою мовою, без канцеляризму. Оптимальний розмір посту – половина сторінки А4, якщо інформація не носить аналітичного характеру, то 3 абзаци.
- Якщо інформація подається у форматі «лонгрід», то можна використати сторітелінг;
- Працюючи в Інстаграмі, використовуйте хештеги за тематикою (інста);
- Кожен пост має бути візуальним фото, відео, інфографіка. До фото необхідно додати логотип;
- Відповідайте на кожен коментар під постом, видаляти коментарі можна лише в крайньому випадку;
- При розробці посту потрібно тегати геолокацію, людей та заходи, так як такі дії підвищують охоплення постів;

- Робити репости в тематиці групи;
- Запрошувати людей уподобати сторінку, шерити (поширювати) пости.

8. *Вправа «Сторітелінг»* (30 хв). Мета: відпрацювати навички комунікації з цільовою аудиторією засобами сторітелінгу.

Хід: учасники отримують інформаційне повідомлення про певну подію та опрацьовують його у форматі подачі сторітелінг: головна думка- говорити мовою аудиторії – працюємо на зміцнення довіри.

9. *Вправа «Make reels»* (40 хв). Мета: тренувати навички креативити (створювати) рільзи.

REELS – це функція, що дозволяє записувати 15-секундні ролики зі звуком і різними ефектами (як в TikTok). Якщо ви викладаєте Reels, то у вашому обліковому записі автоматично з’являється спеціальна вкладка, де будуть публікуватися ролики подібного формату (в налаштуваннях приватності можна обмежити застосування оригінального звуку і доступ до роликів).

При підготовці Reels варто звернути увагу на такі моменти:

- формат відео має бути 9:16;
- оптимальна довжина ролика – від 3 до 15 секунд;
- відео можна знімати як в додатку, так і завантажувати з галереї;
- знімати відео можна цілком або окремими частинами;
- відео можна завантажувати тільки на мобільні пристрої.

10. *Вправа «Не роби так!!!!»* (30 хв). Мета: проаналізувати змістовні складові ведення комунікаційної стратегії.

Хід: учасники об’єднуються в кілька підгруп та отримують завдання проаналізувати сторінку у соціальній мережі певної ГО та визначити наявні помилки, що відображають стиль комунікації організації.

Рекомендаційними підказками можуть виступати Бажано уникати таких методичних помилок:

- Нерегулярного ведення соцмережі;
- Нестабільності висвітлення «ланцюжок подій»;

Оформляємо всі події в єдиному стилі, щоб аудиторія розуміла специфіку діяльності організації.

11. *Вправа «Матриця постів»* (30 хв). Мета: проаналізувати логічну послідовність формування та викладки постів у соціальних мережах.

Хід: учасники об'єднуються у малі групи та отримують завдання щодо визначення певної події, яка планується в громадській організації чи дитячому об'єднанні. Наприклад: відкриття дитячого простору; проведення якось фестивалю чи змагань тощо. Необхідно визначити скільки постів буде розміщено у соціальних мережах, починаючи від моменту планування і завершуючи проведення та аналізом відгуків-результатів. Продумати очікування від кожного посту і сформулювати завдання-перспективу для організації в ході реалізації певного заходу.

Рекомендації щодо проведення пропонованих вище активностей спрямованих на оптимізацію комунікації дитячого об'єднання чи громадської організації в соціальних мережах, засобами SMM-діяльності:

- проведення повноцінного одноденного тренінгу чи воркшопу, спрямованого на забезпечення можливостей опанувати знаннями та навичками, необхідними для реалізації SMM-діяльності в межах дитячого громадського об'єднання;
- послідовна, але короткотривала (одна вправа за один раз) пропозиція виконання окремих вправ із передбаченням можливості виконання свого роду домашнього завдання.
- врахування відповідної мотиваційної готовності представників дитячого громадського об'єднання займатись SMM-діяльністю;
- відбір кандидатів із врахуванням провідних особистісно-вольових якостей майбутнього фахівця з SMM-діяльності.

Підсумовуючи зазначимо, що SMM-діяльність дитячих громадських організацій є складовою успішної комунікації з різними цільовими групами. SMM діяльність – це свого роду супровід комунікаційних орієнтирів ДГО в соціальних мережах; інструмент пізнання і отримання зворотного зв'язку та

прогнозування оптимальних «поведінкових орієнтирів» ДГО в соціальних мережах.

Список використаних джерел:

1. Get original marketing insights and industry news delivered to you! URL: <https://www.socialmediaexaminer.com/> (дата звернення: 20.03.2024).
2. GlobalLogic. Офіційний сайт. URL: <https://www.globallogic.com/ua/about> (дата звернення: 08.03.2024).
3. Green forest journal. URL: <https://greenforest.com.ua/ru/journal/read/anglijskij-dlya-smm-menedzherov-leksika-s-perevodom> (дата звернення: 10.05.2024).
4. Lauren Drell. How social media is changing paid, earned and owned media. URL: <https://web.archive.org/web/20160525143540/http://mashable.com/2011/06/23/paid-earned-owned-media/#FIVWwMBdRSqE> (дата звернення: 08.05.2024).
5. Lauren Indvik. Fresh digital media trends to watch URL: <https://web.archive.org/web/20160411045716/http://mashable.com/2011/03/03/digital-media-trends/#sVdqNXdQGGqp> (дата звернення: 18.04.2024).
6. Lisa D.Jenkins. LinkedIn updates: short form video, premium pages and more. URL: <https://www.socialmediaexaminer.com/linkedin-updates-short-form-video-premium-company-pages-and-more/> (дата звернення: 26.03.2024).
7. Lisa Mahapatra. Fresh digital media trends to watch URL: <https://web.archive.org/web/20210518194313/https://www.ibtimes.com/social-media-marketing-how-do-top-brands-use-social-platforms-charts-1379457> (дата звернення: 08.05.2024).
8. Marketing insights, ideas, and inspiration for modern marketers. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing> (дата звернення: 22.04.2024).
9. Media mentions and appearances. URL: <https://www.marismith.com/media/>
10. SMM – фундамент. URL: https://courses.prometheus.org.ua/assets/courseware/v1/06e6145ffef317f11a92359b4fe4a549/asset-v1:Prometheus+SMM_F101+2023_T1 (дата звернення: 26.04.2024).
11. The impact of the social web on media agencies. URL: <https://web.archive.org/web/20160404154413/http://mashable.com/2011/04/14/social-media-impact-agency/#MiZNnxz5fqqW> (дата звернення: 28.03.2024).
12. What is a marketing plan and how to write one [+Examples]. URL: https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-plan-examples?hubs_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing&hubs_content-cta=What%20is%20a%20Marketing%20Plan%20%26%20How%20to%20Write%20One%20%5B%20Examples%5D (дата звернення: 25.04.2024).
13. Ткаченко А. Як побудувати SMM-стратегію URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/smm-strategiya-9> (дата звернення: 06.05.2024).
14. Формування комунікаційної стратегії: поетапна інструкція з прикладами. URL: <https://www.prostir.ua/?kb=rozvytok-komunikatsijnoji-stratehiji-poetapna-instruktsiya-rozrobky-komunikatsijnoji-stratehiji-dlya-vashoji-orhanizatsiji-iz-vpravamy-ta-korysnymy-posylannyamy> (дата звернення: 18.04.2024).

4.2. Проектна діяльність як важливий складник формування цифрових компетенцій

Цифрова трансформація охоплює все більше сфер життя людини. Наразі звичними та загальноповжитими стали такі поняття як «цифрове середовище», «цифрове суспільство», «цифрова реальність». Сьогодні в умовах воєнного

стану, якому передували коронавірусні обмеження, освітня взаємодія в більшості є можливою саме завдяки налагодженню цифрового способу комунікації. Їй дуже важливо в стрімкому потоці інформаційних технологій сформуванню в учнів ціннісне ставлення до комунікації, забезпечити розуміння, що відкрите цифрове середовище є частиною природного середовища, а не окремою реальністю, що впровадження цифрових технологій спрямоване на вдосконалення процесу життєдіяльності людини, покращення життя суспільства і держави, а не витіснення людини із природної екосистеми. Молодь має чітко усвідомлювати, що їх дії і в реальних умовах і в цифрових взаємодіях мають реальні наслідки для природи і суспільства.

Формування ціннісного ставлення до комунікації та формування природоохоронного світогляду в умовах цифрового відкритого середовища, на нашу думку, має бути першочерговим завданням закладів освіти, освітніх та громадських організацій. Виконання цього завдання може досягатися різними методами та реалізовуватися у різноманітних форматах. Одним із дієвих способів є метод проєктів, що виявляє свою ефективність у формуванні ціннісного ставлення до комунікацій у цифровому відкритому середовищі, оскільки:

- забезпечує нелінійну, гіпертекстову подачу нового матеріалу, що самостійно аналізується дітьми та молоддю – це забезпечує формування критичного мислення вихованців та розвиток інформаційної вибірковості;
- проєкт розширює види інформаційної взаємодії між дорослим та дитиною, розкриває різні форми комунікації залежно від потреби;
- виконання проєкту передбачає зростання автономії дітей, підкреслює важливість прийнятих рішень, впливаючи на їх свідомість і виваженість;
- проєктна діяльність спонукає до самоосвіти в синхронному або асинхронному режимі взаємодії із керівником;
- презентація результатів проєкту передбачає представлення різних форматів і структур матеріалу, що вимагає опанування різними

інформаційно-цифровими інструментами, актуальними цифровому відкритому середовищу;

- в процесі проєктної взаємодії збільшується рівень відповідальності всіх учасників за результати діяльності, тим самим формується ціннісне ставлення не лише до своєї праці, а й до здобутків інших учасників проєкту та всього процесу комунікації в цілому.

Виховний процес, що побудований в форматі проєктної діяльності в умовах цифрового відкритого середовища, ефективний у формуванні ціннісного ставлення до комунікації, оскільки ґрунтується на обов'язковому поєднанні активних форм взаємодії й самостійної діяльності, в межах якої вихованці стикаються із деякими труднощами в розв'язанні поставленої проблеми, для вирішення яких необхідно чітко поставити запит для консультації й отримання допомоги, тим самим вони відточують свої комунікативні навички, розуміють цінність наданої інформації, вчать ся цінувати час й реалізовувати можливості.

Проєктна діяльність є однією із важливих частин роботи у дитячій громадській організації. У цьому розділі ми презентуємо досвід набуття цифрових компетенцій, використання цифрових технологій в процесі проєктної діяльності членів **Всеукраїнської дитячої спілки «Екологічна варта»**.

Мета діяльності Спілки – виховання екологічно свідомої особистості через організацію цікавої роботи з дітьми та молоддю, залучення їх до дослідницької роботи та природоохоронних акцій. Організація об'єднує дітей і молодь, що свідомо спрямовують зусилля на захист довкілля та навчаються бути активними природоохоронцями.

«Екологічна варта» – це система громадського екологічного виховання, система самоврядування та виховання екологічно свідомого лідера, це практична дія на захист довкілля. Діяльність ґрунтується на застосуванні системного підходу – поєднання екологічного виховання, освітніх та виховних заходів із практичною природоохоронною роботою.

Методику розроблено та апробовано у 12-ти обласних організаціях ВДС «Екологічна варта» (Вінницька, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Київська, Одеська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська), можуть бути репліковані для інших громадських організацій та установ, що працюють з дітьми та молоддю.

Форми роботи:

- організація та впровадження проєктів через онлайн-платформи (соціальні мережі, спеціально створені веб-ресурси тощо);
- онлайн-зустрічі (бесіди, круглі столи, конференції тощо);
- зустрічі офлайн із використанням цифрового контенту.

У час військової російської агресії проти України непротим є рішення щодо продовження громадської діяльності. Так, у лютому 2022 року було проведено анкетування, з повторним проведенням у 2023 та 2024 роках. Результати засвідчили важливість використання методу проєктів в діяльності дитячих громадських об'єднань.

Учасники анкетування: координатори 16-ти обласних організацій ВДС «Екологічна варта» (Вінницька, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Київська, Одеська, Рівненська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська та м. Київ)

Кількість респондентів: 40

№	Питання та відповіді	2022	2023	2024
1.	Чи працює зараз ваша організація?			
	Так	5	9	34
	Ні	30	25	6
	час від часу	5	6	10
2.	Ваше місце проживання змінилося на час війни?			
	так, я знаходжуся в іншій країні	15	7	3
	так, я знаходжуся в іншому місті / селі України	20	8	8
	місце проживання змінювалося, але тепер я знову вдома	0	12	16
	ні, я вдома	5	13	13
3.	Якщо ваша організація працює, яким чином здійснюється діяльність?			
	працюємо онлайн (організуємо онлайн заходи /	0	38	

	зустрічі тощо)			
	працюємо офлайн постійно	0	0	0
	змішаний формат роботи	7	38	38
	немає відповіді	33	2	2
4.	Що, на вашу думку, варто змінити в роботі організації?			
	переформатувати план роботи організації відповідно до воєнних умов;	40	40	40
	залучити до роботи дитячих психологів;	40	40	40
	під час проведення заходів зробити акцент на активність дітей;	40	40	40
	відновити роботу «Школи вартового лідера»;	35	24	18
	відмовитись від проведення конкурсів;	40	7	8
	переформатувати традиційні конкурси на фестивальну активність;	40	7	8
	приділити увагу проєктній діяльності та проєктному навчанню.	40	40	40
5.	З якими проблемами в організації роботи ви стикнулися?			
	припинення роботи дорослих (координаторів) у організації через зміну місця проживання, зміну місця роботи, відсутність вільного часу для громадської діяльності, необхідність пошуку додаткових фінансових джерел для сім'ї;	40	25	16
	відсутність фінансових ресурсів для діяльності організації та відсутність можливостей їх знайти;	40	32	15
	припинення дитячої активності через необхідність приділити більшу увагу власній сім'ї, навчанню;	40	23	12
	зміщення фокусу уваги членів організації у позаробочий час на волонтерську діяльність для допомоги постраждалим від війни цивільним особам та військовим (волонтерство із гуманітарною допомогою, пошуком ресурсів для військових тощо).	40	40	40
6.	На яких основних завданнях, на Вашу думку, важливо зосередити роботу організації (зараз або коли вона відновить діяльність)?			
	проведення об'єднавчих семінарів, тренінгів, навчань;	32	6	38
	підтримка членів організації через онлайн-зустрічі;	40	40	40
	створення реплікативних тренінгових матеріалів та проєктів для членів організації.	40	40	40

Для пілотного проєктування було визначено та розроблено такі проєкти та програми:

- Психологічна підтримка та реабілітація в Природі

- Станьмо на варті власного майбутнього!
- Інформаційно-просвітницький центр «Екологічна варта»
- Екологічними стежками рідної України
- Нагодуй сусіда / Ділись – не викидай
- Створення громадської системи протипожежного захисту лісів в Україні.

Проект. Чому це важливо?

Нові виклики сучасного світу, нові завдання, запитання, на які не маєш однозначних відповідей... А ще – постійний брак фінансування, нестача ресурсів. Немає команди однодумців, серед колег та друзів – зневіра та розчарування. Наш вихід – створення проєктів з дітьми та для дітей. Існує досить багато визначень цього поняття.

Проект (лат. *projectus* — кинутий, спрямований вперед) – унікальна сукупність процесів, яка спрямована на створення нового продукту, явища, цінності.

Проект – схема, план, задум, влаштування, започаткування будь-чого.

У сучасному менеджменті проєкт – це спосіб трансформації об'єкта, явища від наявного стану до бажаного. Це координоване виконання у визначений період взаємопов'язаних дій, спрямованих на досягнення конкретних цілей, певного результату.

Створення проєктів надає можливість апробації ідей, пошуку та концентрування відповідних ресурсів.

Проект можна розуміти як інтегровану систему, що складається зі: сформульованих проєктних цілей; створених для цих тимчасових об'єднань (проєктних робочих груп), спеціально розроблених відповідних документів – програм, планів, кошторисів, розрахунків тощо, ресурсів – матеріальних, фінансових, трудових, часових; комплексу управлінських рішень, заходів з досягнення цілей.

Залежно від сфери здійснення проєкту, виділяють кілька *типів* проєктів:

- технічний проєкт — спрямований на створення нового продукту;
- організаційний проєкт — спрямований на створення або реорганізацію;

- соціальний проєкт — спрямований на отримання певного соціального ефекту.

В освітній сфері корисними для впровадження можуть бути інноваційні проєкти, підтримувальні проєкти, часто впроваджуються освітні, науково-просвітницькі, природоохоронні, культурні тощо.

Особливої уваги заслуговує *соціальний проєкт* – така індивідуальна чи групова діяльність, метою якої є позитивне перетворення соціального середовища та умов існування.

Об'єктами соціального проєкту можуть виступати:

- соціальні явища (проблеми, що виникають у місцевій спільноті);
- соціальні інститути (заклади освіти, культури, охорони здоров'я, місцева адміністрація; магазини, дозвіллі центри та ін.);
- соціальне середовище (територія закладів освіти різних рівнів, вулиця мікрорайону, двір та ін.).

Характеристики соціального проєкту:

- соціальна значущість, компліментарність проєкту із сучасною законодавчою базою;
- представлення цільової групи, на яку скерований проєкт;
- наявність конкретних цілей і завдань, які можна виміряти та відстежити доступними методами;
- забезпечення підготовки і підвищення кваліфікації спеціалістів, які беруть участь у проєкті;
- специфічність – проєкт пристосований до конкретних місцевих особливостей та умов його реалізації;
- проєкт оригінальний, своєрідний щодо використання доступних ресурсів;
- реплікативність – можливість повторення в інших місцях та іншими установами, організаціями;
- відповідність вимогам та стандартам опису проєкту, встановленому організацією-донором (установою, яка фінансує проєкт);

- можливість для підтримки місцевим або державним бюджетом.

Для чого проєкт саме нам?

Навчає працювати – забезпечувати не тільки здатність ефективно оволодівати певними навичками, а й вміння знаходити вихід у непередбачуваних ситуаціях, вміти співпрацювати в колективі, співвідносити себе з конкретними фаховими ролями та ефективно їх виконувати.

Навчає бути – прищеплювати і розвивати талант до налагоджування соціальних, дружніх та родинних стосунків, виховувати здатність до емпатії, персоніфікованих взаємин з іншими людьми.

Формує у учасників проєкту почуття відповідальності, активності, самостійності.

Які загальні характеристики проєкту?

Чітка визначеність меж (у часі, меті та завданнях, результатах, тощо) – це характеристика проєкту, що дозволяє контролювати хід його реалізації по чітко визначеним етапам на основі визначених, таких, що можна оцінити, результатах кожного етапу.

Цілісність – загальний сенс проєкту зрозумілий та доречний, кожна його частина відповідає загальному задуму та результату, що передбачається.

Послідовність та логічний зв'язок – логічна побудова частин, які співвідносяться та обґрунтовують одна одну. Цілі та завдання органічно впливають з проблеми, що вирішується. Бюджет спирається на опис ресурсів та співвідноситься з планом.

Об'єктивність та обґрунтованість – доказ того, що ідея проєкту, підхід до вирішення проблеми з'явилися не випадково, а є наслідком роботи авторів по глибокому аналізу, осмисленню ситуації та оцінці можливостей впливу на неї.

Життєздатність – визначення перспектив розвитку проєкту в подальшому, можливості його реалізації за інших умов.

Проект «Психологічна підтримка та реабілітація в Природі»

Був ініційований у 2022 році.

Сутність інновації полягає у збереженні або відновленні психічного та фізичного здоров'я дітей, які постраждали від російської збройної агресії; досягнення соціально-психологічного благополуччя; зниження частоти й тяжкості наслідків посттравматичного синдрому, у застосуванні світових та українських форм та методів психологічної підтримки в Природі у нових умовах війни.

Реабілітація в Природі має великий потенціал для відновлення після травматизації, забезпечує активацію поведінки дитини, зниження тривоги, допомагає адаптуватися в нових умовах та повернутися до позитивного сприйняття життєвих обставин.

Проект реалізується онлайн та офлайн.

У 2023–2024 роках у **проекті наживо** взяли участь 1300 дітей та 100 педагогів, які постраждали від війни (мешканці Донецької області). У багатьох компонентах проект було реалізовано спільно з іншими – проектом «Інформаційно-просвітницький центр «Екологічна варта» та «Екологічними стежками рідної України».

Важливою **цифровою складовою** є матеріали Всеукраїнської програми ментального здоров'я «Ти як?», ініційованої Оленою Зеленською.

Протягом сотень років у багатьох культурах світу в розрізі таких наук, як філософія, релігія, підкреслювалася важливість ролі, яку Природа відіграє в забезпеченні відчуття благополуччя людини. Не втрачає своєї актуальності це питання і в сучасних дослідженнях, адже Природа – це не просто умова та передумова людського існування; це ще й символ людських переживань, ідентичності, нюансів спілкування з іншими людьми та напрями життєвого шляху. Особливу увагу дослідників привертає проблема впливу Природи на когнітивні функції людини та психічне здоров'я, вона знаходить відображення в роботах з екологічної психології, соціології, міського планування та архітектури, медицини та ландшафтної естетики. Гуманітарні науки та

мистецтво давно відкрили факт фасилітуючої ролі природного світу в душевному житті людини. Палеоботаніка та етноботаніка розглядають усю людську культуру крізь призму світу рослин; у філології ж існує напрям «флоропоестика», а також терміни «флорообраз». У прикладній психології цінність світу Природи як джерела психотерапії та самопомогі людини лише починає усвідомлюватися, а практики її використання поки що залишаються інтуїтивними. Одним із перших, хто звернув увагу на важливість Природи для гармонійного та здорового розвитку особистості, був американський журналіст Р. Лейв, який запропонував виразний термін «синдром дефіциту Природи» [4].

Практики-консультанти використовують світ Природи в психотерапевтичній роботі, розрізняючи кілька форм впливу; провідним поняттям всім технік і практик є екотерапія [1]. Екотерапія – це напрям прикладної екологічної психології, що відповідає за створення ресурсних для людини взаємин із Природою [7]. Пасивна взаємодія передбачає просто перебування на природі або прогулянки в парках та диких лісах, тоді як активна – це садівництво, робота на фермі, садова терапія, терапія квітництвом, пригоди на природі та охорона природного середовища [2].

Благотворна дія садівництва вперше була помічена в процесі реабілітації англійських та американських солдатів – ветеранів Другої світової війни; пізніше цей прийом став використовуватися як психотерапевтична технологія у так званих лікувальних садах [5].

Нині в Україні знову тісно переплелися поняття «війна» та «реабілітація Природою», адже воєнні дії, які спричинила російська агресія, є причиною появи в населення фізичних і психологічних розладів різної тяжкості. Найбільш вразливі категорії населення, однією з яких є діти, потребують негайних заходів щодо оздоровлення, відпочинку, відновлення. Саме тому експертами Всеукраїнської екологічної ліги був розроблений проєкт «Психологічна реабілітація у Природі», що має на меті створення системи надання дієвої психологічної підтримки та реабілітації дітям, які постраждали від російської воєнної агресії, використання потенціалу природних екосистем для відновлення

після травматизації та рекреаційних можливостей природно-заповідних територій.

Практична значимість проекту полягає в розкритті специфічного характеру взаємодії з природою дітей, які постраждали від війни, зокрема тих, хто має статус внутрішньо-переміщених осіб, що дає можливість розробити більш адекватну, психологічно обґрунтовану систему методів і прийомів, спрямовану на забезпечення найповнішої їхньої соціально-психологічної реабілітації в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення.

Пояснення механізмів психотерапевтичних ефектів природи розкриваються в теоріях психології середовища. Згідно з еволюційною гіпотезою біофілії Е. Вілсона, нашим далеким предкам для виживання було абсолютно необхідно спостерігати за природою та тісно контактувати з нею; залишки цих програм поведінки роблять людину суб'єктивно більш захищеною, продуктивною і менш тривожною [7].

Теорія порога значення/порога дії окреслює, як саме довкілля взаємодіє із суб'єктом на емоційному, когнітивному й поведінковому рівнях. Якщо настрій погіршується через погані події та обставини, то людина, переживаючи регрес, повертається до більш простих невербальних комунікацій з Природою, які задані звуками, запахами та краєвидами. І насамкінець зазначимо, що феноменологічна теорія фіторезонансу відзначає паралельність життя рослин і людини, що спонукає людей резонувати на характеристики рослин, які необхідні для пробудження самості – стабільність, укоріненість, гнучкість, елегантність та краса. П. Шепард, прихильник означеної теорії, працюючи з пацієнтами психіатричної клініки, зіставляв садівницькі дії та особистий досвід людини [6].

Ці теорії, що окреслюють позитивний вплив Природи на особистість, і стали підґрунтям проекту «Психологічна реабілітація у Природі» Під час підготовки проекту «Психологічна реабілітація у Природі» за основу було взято позитивний досвід реалізації у 2016–2021 роках Програми «Екологічними

стежками рідної України», яка впроваджена за підтримки Донецької обласної державної адміністрації.

Мета Проєкту – збереження або відновлення фізичного та психічного здоров'я дітей, які постраждали від російської збройної агресії; досягнення соціально-психологічного благополуччя; зниження частоти й тяжкості наслідків посттравматичного синдрому.

Завдання проєкту: надання дієвої психологічної підтримки та реабілітації дітям, які постраждали від російської збройної агресії через використання потенціалу природних екосистем і рекреаційних можливостей природно-заповідних територій; створення можливостей для дітей з вивчення та дослідження природної, історичної й культурної спадщини України; формування української національної самосвідомості, патріотизму, любові до рідного краю; підвищення мобільності, соціальної і культурної інтеграції дітей та молоді в суспільне життя України.

Ключові виклики, які необхідно вирішити в межах Проєкту:

1. Вторгнення російських військ призвело до значних жертв серед військових та мирних мешканців, руйнувань міст і сіл, об'єктів військової та критичної інфраструктури, знищення або пошкодження природних територій та об'єктів України. Внаслідок російської збройної агресії мільйони українців покинули домівки, діти втрачають матерів і батьків, звичне середовище існування, можливості отримати якісні освіти, виховання, дозвілля. Виникла гостра потреба в психологічній реабілітації дітей, які постраждали від бойових дій. Така необхідність у психологічному відновленні, оздоровленні та відпочинку буде зберігатися для дітей і в наступні роки.

2. Внаслідок війни виховний та освітній процеси були значно порушені. Більше ніж 1411 дітей постраждали в Україні внаслідок повномасштабної збройної агресії російської федерації. Офіційне число дітей-жертв – 487. Кількість поранених – понад 954. Понад 2,7 мільйони дітей стали внутрішньо переміщеними особами. Щонайменше 650 тис. учнів та 22 тис. педагогічних працівників закладів загальної середньої освіти були змушені втекти за кордон,

зокрема близько 2029 дітей з особливими освітніми потребами. Україна зафіксувала примусову депортацію понад 19531 дитини до росії, але реальна кількість більша. Ці цифри не остаточні, триває робота з їхнього встановлення в місцях ведення активних бойових дій, на тимчасово захоплених і звільнених територіях.

3. Через бомбардування та обстріли загарбників пошкоджені 2855 закладів освіти, з них 330 – зруйновані повністю. В Україні внаслідок воєнних дій діти втратили можливості для звичного життя, домівки та стали внутрішньо переміщеними особами. Кількість таких дітей збільшується. 2022 року українські діти провели в бомбосховищах та укриттях понад 900 годин під час повітряних тривог.

Партнери Проєкту: Всеукраїнська екологічна ліга, Інститут проблем виховання НАПН України, Донецький обласний інститут післядипломної педагогічної освіти та Інформаційно-просвітницький центр «Екологічна варта».

Проєкт впроваджується на території тих областей України, де не було бойових дій, у місцях локального перебування дітей-ВПО та їхніх родин. Цільові групи проєкту – діти, які постраждали від російської збройної агресії (8–10 років; 11–13 років). Реабілітаційний ефект Природи пов'язаний з її здатністю бути збагачувальним середовищем для людини, формує особистісну позитивну орієнтацію у світі, сприяє появі нових способів бачити себе і свої ресурси. Застосування системи психологічної реабілітації в природі дозволяє мінімізувати психологічні травми, що отримали діти-ВПО та ті, які постраждали від війни. Це не тільки стабілізує стан дітей, але й має терапевтичний ефект на майбутнє, сприяє якісній адаптації до нових умов і більш швидкій соціалізації. Також фахову підтримку отримують педагоги, що працюють з такими дітьми або самі є із числа ВПО.

Під час реалізації програми з дітьми працюватимуть кваліфіковані психологи, які застосовують сучасні методи відновлення та реабілітації, адаптовані до вікових категорій дітей:

- психологічні тренінги для дітей: «Життя без страху», «Світ моїх емоцій», «Радість у спілкуванні», «Почуття любові до себе, до родини, до країни», «Етика взаємодії у період стресу», «Як вижити під час надзвичайної ситуації та в умовах війни» та інші;
- програма психологічної підтримки: інтерактивний квест «Ти як?»;
- психологічні практики для вчителів, які працюють з дітьми, що зазнали впливу війни: «Вирішую конфлікти та будує мир навколо себе», «Небезпечні квести для дітей: профілактика залучення»;
- казкотерапія (використання казок та оповідок для розвитку уяви, розширення свідомості й удосконалення взаємодії із зовнішнім світом);
- лялькотерапія (використання психокорекційного впливу ляльки та інших іграшок у взаємодії дитини і дорослого);
- довкіллеві практики: дослідницькі екологічні проекти, екскурсії в природу, тренінги з формування активної патріотичної позиції в захисті рідного краю, практичні заняття з виховання лідерських якостей, засвоєння екологічно дружніх навичок життя в природі;
- творчі практики: робота творчих гуртків, відвідування історико-культурних заповідників, художніх музеїв, творчі конкурси;
- танцювальна терапія (використання руху й танцю для подальшої емоційної, фізичної та соціальної реабілітації особистості);
- акватерапія (плавання, купання в басейні, водні процедури);
- програми фізичного гартування й оздоровлення; розважально-виховні заходи.

Актуальність проекту підтверджується результатами анкетування, що було проведено в липні 2022 року з використанням Google-форми, в анкетуванні взяли участь 53 особи.

Анкетування проводилося серед працівників освіти, які безпосередньо працюють із дітьми-переселенцями в умовах освітнього процесу та позашкільної діяльності (учителі, психологи, волонтери, педагоги закладів позашкільної освіти тощо), з метою визначення необхідності реалізації

програми додаткової психологічної реабілітації дітей, що постраждали від війни, та з'ясування оцінки респондентами психотерапевтичних можливостей взаємодії дітей з природою.

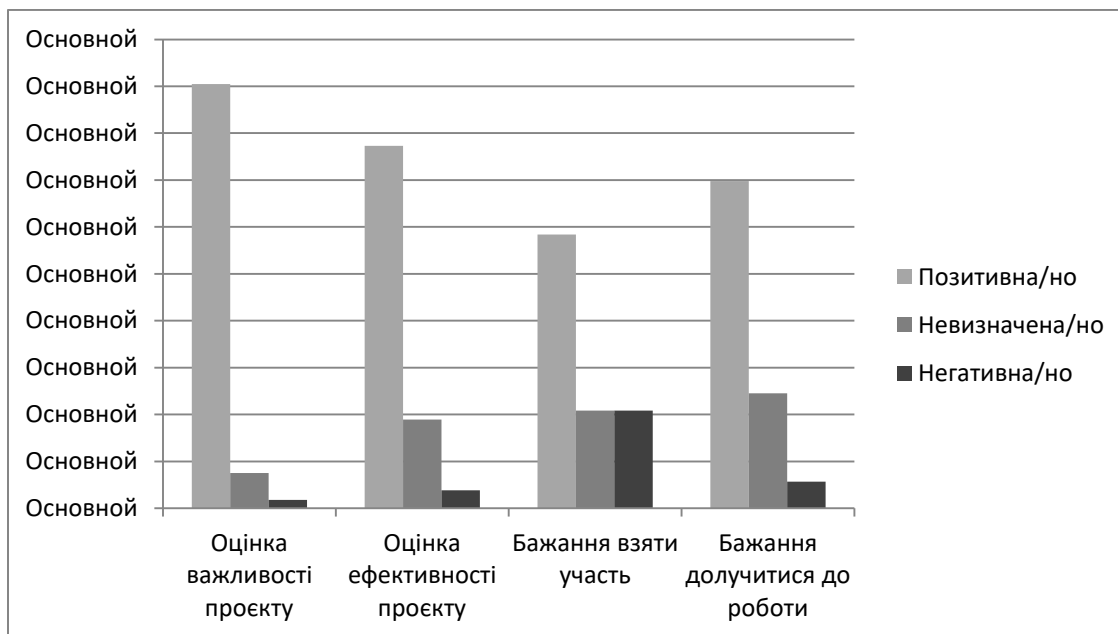


Рис. 4.1. Результати анкетування працівників освіти щодо реалізації проекту

Так, серед опитаних 90,5 % (48 осіб) визначають означений проєкт як дуже важливу ініціативу, 77,3 % респондентів (41 людина) упевнені в ефективності психореабілітаційної роботи в природі, 58,4 % опитаних (31 особа) бажали б стати учасниками групи, що проходить реабілітацію, а 69,8 % (37 опитаних) готові долучитися до реалізації проєкту в межах своєї компетентності. Більш детальний аналіз відповідей представлено на рис. 1. Також варто зазначити, що серед людей, що взяли участь в анкетуванні, 30,1 % (16 осіб) мають статус ВПО, а 77,3 % (41 особа) зауважують, що перебувають у стресовому стані, спровокованому війною.

Таким чином, результати анкетування підтверджують актуальність Проєкту та його прогнозовану ефективність у роботі з дітьми, що потребують психологічної реабілітації від негативного впливу війни.

Перспективою проекту є масштабування як напряму психологічної реабілітаційної роботи в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення не лише з дітьми, що мають статус ВПО, а й з дорослими, військовослужбовцями та членами їхніх сімей, а також у продовженні вивчення екологічного підходу до психологічної реабілітації людей, що постраждали від війни, розробленні та вдосконаленні форм взаємодії в межах проекту.

Список використаних джерел:

1. Buzzell L., Chalquist C. Psyche and nature in a circle of healing. *Ecotherapy: Healing with nature in mind*. Berkeley, CA: Counterpoint. 2009. P. 17-21.
2. Greenleaf A. T., Bryant R. M., Pollock J. B. Nature-based counseling: Integrating the healing benefits of nature into practice. *International Journal for the Advancement of Counselling*, 2014. Vol. 36 (2), P. 162-174. <https://doi.org/10.1007/s10447-013-9198-4>
3. Kaplan R. The role of nature in the context of the workplace. *Landscape and Urban Planning*. 1993. Vol. 26 (1-4), P. 193-201. [https://doi.org/10.1016/0169-2046\(93\)90016-7](https://doi.org/10.1016/0169-2046(93)90016-7)
4. Louv R. Last child in the woods: Saving our children from nature-deficit disorder. New York: Algonquin books, 2008. 416 p.
5. Nilsson K., Sangster M., Gallis C., et al. Forests, trees and human health. New York: Springer Science & Business Media, 2010. 436 p.
6. Shepard P. Phyto-resonance of the true self. *The healing dimensions of people plant relations: Proceedings of a research symposium*. March 24-27, University of California, Davis: UC Davis, 1994. P. 154-160.
7. Summers J. K., Vivian D. N. Ecotherapy – A forgotten ecosystem service: *Frontiers in Psychology*. 2018. Vol. 9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01389>
8. Ulrich R. S., Simons R. F., Losito B. D., et al. Stress recovery during exposure to natural and urban environments. *Journal of Environmental Psychology*, 1991. Vol. 11 (3). P. 201-230. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(05\)80184-7](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80184-7)
9. Vietnam statistics: Over 100,000 US Vietnam Vet Suicides to Date! <https://rense.com//general77/hdtage.htm> (дата звернення: 14.06.2023).
10. Всеукраїнська екологічна ліга. Про створення проекту «Психологічна реабілітація у Природі»
URL: <https://www.ecoleague.net/pres-tsentr-vel/novyny/2022-rik/lypen/item/2291-pro-stvorennia-proiektu-psykholohichna-reabilitatsiia-u-pryrodi> (дата звернення: 14.06.2023).
11. Міністерство у справах ветеранів України: Юлія Лапутіна взяла участь у засіданні робочої групи щодо Національної програми психічного здоров'я та психосоціальної підтримки за участі першої леді України.
URL: <https://mva.gov.ua/ua/news/yuliya-laputina-vzyala-uchast-u-zasidanni-robochoyi-grupi-shchodo-nacionalnoyi-programi-psihichnogo-zdorovya-ta-psihosocialnoyi-pidtrimki-za-uchasti-pershoyi-ledi> (дата звернення: 14.06.2023).
12. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Освіта і наука», стор. 12, 303. URL: https://uploads-ssl.webflow.com/625d81ec8313622a52e2f031/62dea3670848586d8b6e9f04_%D0%9E%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0%20%D1%96%20%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%B0.pdf (дата звернення: 14.06.2023).
13. Проекти нацпрограми. Розвиток системи освіти. URL: <https://recovery.gov.ua/project/program/improve-education-system?page=2> (дата звернення: 14.06.2023).
14. Бех І. Д. Особистість на шляху до духовних цінностей: монографія. Київ–Чернівці: «Букрек», 2018. 320 с.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Освітньо-просвітницький медіапроект «Боротьба за незалежність: історія і сучасність»

Актуальність проекту. Аналіз діяльності соціальних інститутів (закладів освіти, громадських дитячих та молодіжних організацій та об'єднань) в нових умовах (зокрема, в умовах воєнного стану) засвідчив їх активізацію в пошуках нових можливостей. Таким чином, актуальність проекту визначається потребами розвитку практики, зокрема в оновленні змісту, методів, прийомів виховання дітей та учнівської молоді в умовах, що змінюються. У цьому сенсі стає очевидною необхідність розвитку важливих цифрових навичок комунікації у цифровому відкритому середовищі.

Освітньо-просвітницький медіапроект «Боротьба за незалежність: історія і сучасність» спрямований на розвиток патріотичної свідомості та критичного мислення учнівської молоді. Проект відповідає потребам практики через оновлення змісту виховання дітей та учнівської молоді у цифровому просторі.

Проект створено в рамках реалізації Концепції національно-патріотичного виховання в системі освіти України до 2025 року та заходів щодо її реалізації: п. 2. «Створення соціально-педагогічних умов для реалізації національно-патріотичного виховання»; п. 2.2. «Популяризація та широке висвітлення на конференціях, круглих столах, у друкованих засобах, навчально-методичній літературі, у підручниках з історії для усіх рівнів освіти, факти і події, що свідчать про колективну й індивідуальну боротьбу за незалежність України у ХХ столітті, перелічених у Законі України «Про правовий статус та вшанування пам'яті борців за незалежність України у ХХ столітті»; п. 2.3. «Впровадження медіаосвіти в закладах загальної середньої освіти, всебічно використовуючи її можливості для підвищення рівня медійної та інформаційної грамотності, патріотичної свідомості та критичного мислення учнівської молоді» (Наказ МОН України від 06.06.2022 р. №527).

Мета та завдання проєкту

Мета проєкту: розвиток патріотичної свідомості та критичного мислення засобами медіаосвіти для підвищення рівня медійної та інформаційної грамотності учнівської молоді.

Завдання проєкту:

- створення освітніх продуктів для виховання учнівської молоді;
- розроблення методичного забезпечення для розвитку патріотичної свідомості та критичного мислення дітей та учнівської молоді засобами медіа освіти;
- формування в учасників проєкту відповідального ставлення до споживання та ретрансляції інформації у цифровому просторі;
- організація та проведення інформаційно-просвітницьких, методичних заходів для педагогічних працівників, учнівської молоді, спрямованих на патріотичну вихованість, розвиток медіаграмотності та інформаційної стійкості;
- розширення методичного інструментарію освітян з метою запобігання ризикам та загрозам дітей в умовах війни у відкритому цифровому просторі;
- формування навичок в учасників проєкту мислити критично, розпізнавати ризики та маніпуляції, самостійно осмислювати явища навколишньої дійсності, відстоювати свою власну думку, бути готовими конструктивно та ефективно діяти в онлайн- просторі.

Учасники проєкту:

- вихованці закладів позашкільної освіти, члени дитячих та молодіжних громадських об'єднань та організацій, лідери учнівського самоврядування;
- педагоги закладів освіти (ЗЗСО, ЗПО), педагоги-координатори / дорослі лідери дитячих та молодіжних громадських об'єднань та організацій.

Виконавці проєкту: лабораторія позашкільної освіти, лабораторія морального, громадянського та міжкультурного виховання Інституту проблем виховання НАПН України.

Партнери проєкту: Київський палац дітей та юнацтва, видавництво педагогічної преси та літератури «Шкільний світ».

Термін реалізації проєкту: вересень 2022 року – травень 2023 року

Класифікаційні ознаки проєкту

за характером та сферою діяльності: освітній

за характером цільового завдання: освітньо-виховний

за структурою: мультипроєкт

за типом проєкту: практико-орієнтований, інформаційний, творчий

за строками реалізації: довгостроковий

за кількістю учасників: колективний

за напрямком реалізації: соціальний

Зміст проєкту:

- модулі «Критичне мислення та інформаційна стійкість», «Практики патріотичного виховання, «Дорадництво у закладах освіти: як надавати інформаційно-консультативну підтримку», «Інформаційна гігієна в закладі освіти: основні орієнтири, планування роботи», «Цифрові ресурси у виховній діяльності сучасного педагога», «Маніпуляційні схеми та злочини: як вберегти себе та рідних»;
- вебінари «Як формувати інформаційну стійкість: практичні поради», «Фейки та маніпуляції в умовах інформаційної війни»;
- кластер «Протидія токсичному контенту»;
- гайди «Як розпізнавати фейки», «Пласт: історія боротьби за незалежність», «Дитячі громадські організації: практики патріотичного виховання»;
- практикуми «Запитання як інструмент розвитку критичного мислення», «Алгоритм оцінювання якості Інтернет-ресурсів».

Форми реалізації проєкту: методичні кластери, гайди, семінари-практикуми, вебінари.

Прогнозовані результати

- оновлення змісту національно-патріотичного виховання у цифровому просторі; визначення стратегічних орієнтирів у патріотичному вихованні у закладах позашкільної освіти та громадських дитячих організаціях у нових суспільно-економічних умовах;
- впровадження медіаосвіти в ЗЗСО, ЗПО, ДГО, ефективне використання її можливостей для підвищення рівня медійної та інформаційної грамотності, патріотичної свідомості та критичного мислення учнівської молоді;
- формування навичок критичного та аналітичного мислення учасників проєкту, підвищення рівня обізнаності педагогів та учнівської молоді з питань медіаграмотності;
- створення методичного інструментарію щодо патріотичного виховання учнівської молоді засобами медіаосвіти.

Шляхи реалізації проєкту

I етап. Підготовчий

- формування проєктної групи, розподіл обов'язків;
- визначення необхідних для проєктування інформаційних, методичних та матеріально-технічних ресурсів;
- окреслення цілей, визначення шляхів реалізації проєкту;
- розроблення проєкту та критеріїв оцінювання його ефективності;
- документальне оформлення проєкту;
- поширення інформації про проєкт серед учасників;
- залучення фахівців для консультування та надання практичної допомоги щодо реалізації завдань проєкту.

II етап. Збір необхідної інформації та матеріалів

- визначення джерел інформації за темою проєкту (окремих напрямів збору матеріалів);

- розподіл пошукових і творчих завдань між учасниками проєкту;
- опрацювання джерел, узагальнення зібраного матеріалу, систематизація та аналіз отриманої інформації;
- формування інформаційно-методичного фонду матеріалів відповідно до завдань проєкту.

III етап. Діяльність

- складання дорожньої карти реалізації проєкту;
- проведення інформаційно-просвітницьких, методичних заходів для педагогічних працівників, учнівської молоді, спрямованих на патріотичну вихованість, розвиток медіаграмотності та інформаційної стійкості;
- презентація кращих практик з патріотичного виховання в закладах позашкільної освіти засобами медіаосвіти, всебічно використання її можливостей для підвищення рівня медійної та інформаційної грамотності, патріотичної свідомості та критичного мислення учнівської молоді.

IV етап. Презентація результатів діяльності

- систематизація та упорядкування матеріалів;
- оприлюднення перебігу проєкту на сторінках соцмереж;
- ознайомлення з результатами проєкту вихованців, педагогів,;
- узагальнення отриманого досвіду;
- презентація результатів проєкту;
- створення мультимедійних презентацій, демонстраційного стенда для подальшого використання в освітньо-виховному процесі закладів позашкільної освіти, громадських організаціях.

V етап. Оцінювання результатів проєкту

- обговорення перебігу та результатів проєкту на засіданнях проєктної групи;
- проведення опитування серед вихованців, педагогів, батьківської спільноти про результати проєкту;

- узагальнення та систематизація результатів опитування;
- доведення результатів оцінювання до учасників проєкту;
- визначення можливостей подальшого розвитку проєктної діяльності;
- підготовка статей для публікації у педагогічній пресі та літературі.

Додаток 2

Проект «Станьмо на варті власного майбутнього!»

(ГО ВДС «Екологічна варта»)

Мета – залучення дітей та молоді до вивчення природоохоронної діяльності та планування власної через онлайн-сервіси (соціальні мережі, веб-ресурси, QR-коди тощо). Під час проєкту учасники через QR-коди до акцій «Збережи первоцвіти», «Збережи ялинку», «Наша допомога птахам», «Посади своє дерево» вивчають цікаві матеріали та створюють свої міні-проєкти.

			
Збережи первоцвіти	Збережи ялинку	Наша допомога птахам	Посади своє дерево

На сторінках проєкту учасникам пропонують:

Поринь у пригоди з Природою! Долучившись до «Екологічної варти», ти отримаєш можливість відправитися у захопливі пригоди у світі Природи!

Спробуй себе в ролі Героя Планети: саме зараз у тебе є можливість стати справжнім героєм - героєм нашої Планети! Твої дії допомагатимуть зберігати природу, рятувати тварин і рослини, і робити наш світ кращим для всіх.

Стань Справжнім Лідером: долучившись до «Екологічної варти», ти станеш справжнім лідером! Ти будеш не лише допомагати Планеті, але й навчиш інших людей, як зберігати природу. Твої дії будуть прикладом для інших і допоможуть змінити світ на краще!

Знайди нових друзів: у «Екологічній варті» ти знайдеш нових друзів, з якими буде не лише цікаво, але й весело! Разом з друзями відкриєте нові місця, досліджуватимете ліси, поля, та річки, і допоможете зберегти їх красу.

Додаток 3

Проект «Інформаційно-просвітницький центр «Екологічна варта»

Програма роботи Центру поєднує відпочинок з науковими дослідженнями, практичними природоохоронними заходами, вивченням історії України, творчою роботою дітей.

Під час активної діяльності учасники здобувають навички дослідницької роботи, навчаються аналізувати науковий матеріал та реалізовувати екологічні міні-проекти, дізнаються про необхідність збереження навколишнього середовища та ціннісне ставлення до Природи рідної землі.

Під час воєнного стану проект діє на власному цифровому майданчику – соціальна мережа Фейсбук
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100057334906077>

Через цей цифровий майданчик діти та педагоги мали змогу бути залученими до вже існуючих природоохоронних програм та створювати власні, наприклад, «Первоцвіт», «Посади своє дерево», «Життя без сміття», «Нагодуй сусіда» тощо.

Додаток 4

Проект «Нагодуй сусіда» (ГО ВДС «Екологічна варта»)

Проект використовує механізм прямої передачі харчових продуктів без створення окремого «Харчового хабу» (харчового центру).

Проект працює на цифровій платформі:

<https://sd4ua.org/proyekt-nagoduj-susida-2/>

Мета – виховання ціннісного ставлення до харчових продуктів, участь у регулюванні поводження із залишками харчової продукції та запобігання їх потраплянню у відходи.

Цілі:

Ціль 1. Налагодження співпраці між організаціями та установами з питань зменшення псування продовольства.

Ціль 2. Організація дієвих зав'язків між виробниками харчової продукції та споживачами з увагою на осіб, які мають особливі потреби у продуктах харчування.

Ціль 3. Організація передачі надлишку харчових продуктів від домогосподарств та підприємств безпосередньо особам, що мають обмежені ресурси, є користувачами соціальних програм, у тому числі харчових.

Додаток 5

Проект «Ділись – не викидай» (ГО ВДС «Екологічна варта»)

Мета – створення онлайн платформи, яка призначена для активізації установ, організацій, волонтерських спільнот та небайдужих громадян, які готові ділитись власними ресурсами для зменшення кількості харчових втрат.

Через цю електронну платформу <https://sd4ua.org/platforma-nagoduj/> учасники підтримують свідоме споживання харчових продуктів у різний спосіб:

1. Пропонують залишки продукції, якщо мають такі (продуктові магазини, ресторани, кафе, кейтерінгові компанії виїзного харчування)
2. Повідомляють про потреби у харчових продуктах, якщо є соціальним закладом – будинок людей похилого віку, будинок нічного перебування соціально незахищених осіб тощо
3. Пропонують власний час та зусилля, якщо бажають долучитись до вирішення важливої проблеми накопичення харчових відходів, стають волонтером платформи «Ділись – не викидай»

Про платформу

Платформа «Ділись – не викидай» призначена для активізації установ, організацій, волонтерських спільнот та небайдужих громадян, які готові ділитись власними ресурсами для зменшення кількості харчових втрат. Підтримувати свідоме споживання харчових продуктів через нашу платформу можна у різний спосіб:



пропонуйте залишки продукції, якщо ви представляєте продуктів магазини, ресторани, кафе, кейтерінгові компанії візного харчування



повідомляйте про потреби у харчових продуктах, якщо ви є соціальним закладом – будинок людей похилого віку, будинок нічного перебування соціально незахищених осіб тощо



пропонуйте власний час та зусилля, якщо ви бажаєте долучитись до вирішення важливої проблеми накопичення харчових відходів – станьте волонтером платформи «Ділись – не викидай»

Платформа є відкритою для всіх, хто разом з нами опікується проблемами довкілля.

Ця діяльність є добровільною та безкоштовною. Платформа не передбачає збору будь-якої грошової (готівкової або безготівкової) допомоги.

Платформа створена як місце, де ініціатори акцій та волонтери зустрічаються, обмінюються потребами та можливостями, разом зменшують харчові втрати.

Модерація усіх повідомлень на сторінці здійснюється Всеукраїнською екологічною лігою.

З усіх питань та пропозицій ви можете написати на vel@ecoleague.net

Відповіді на поширені питання

Як працює Платформа?



Нагодуй Сусіда

Як приєднатись

Супермаркети, кафе,
кейтеринг

Соціальні установи та
заклади

Волонтери



Платформа є відкритою для всіх, хто опікується проблемами довкілля.

Ця діяльність є добровільною та безкоштовною. Платформа не передбачає збору будь-якої грошової (готівкової або безготівкової) допомоги.

Платформа створена як місце, де ініціатори акцій та волонтери зустрічаються, обмінюються потребами та можливостями, разом зменшують харчові втрати. Платформа є безкоштовною для всіх учасників.

Через заходи безпеки, пов'язані із військовими діями, карта учасників закрыта.

The screenshot shows the 'Нагодуй Сусіда' website interface. At the top, there are navigation buttons for 'Супермаркети, кафе, кейтеринг', 'Соціальні установи та заклади', and 'Волонтери'. Below these are links for 'НОВИНИ', 'ПРО ПЛАТФОРМУ', and 'КАРТА'. The main heading is 'Зареєструватися як "Волонтер"'. The text explains that users can help nature and social causes by becoming volunteers. A five-step process is listed:

- 1 Перший крок – зареєструйтесь.
- 2 Другий крок – напишіть нам vel@ecoleague.net про ваше бажання віддати харчові продукти, інформація буде розміщена на Платформі у рубриці «Новини».
- 3 Третій крок – законтактуйте із соціальними закладами, яким потрібна ваша допомога, або із волонтерами, які допоможуть передати продукцію.
- 4 Четвертий крок – передайте надлишки харчових продуктів та допомагайте Природі разом з нами!
- 5 П'ятий крок – напишіть нам vel@ecoleague.net про вашу вдалу ініціативу.

At the bottom, there is a footer with the 'Нагодуй Сусіда' logo, links for 'ПРО ПЛАТФОРМУ' and 'КАРТА', and the slogan '«Ділись – не викидай»'.

Додаток 6

Проект «Створення громадської системи протипожежного захисту лісів в Україні» (ГО ВДС «Екологічна варта»)

Проект діє офлайн (5 територіальних громад – Народицька (Житомирська область); Козлівська (Тернопільська область); Розсошанська (Хмельницька область); Пирятинська (Полтавська область); Корсунь-Шевченківська (Черкаська область) та онлайн на спеціалізованому сайті <https://dpd-ukraine.space/index.php>

У цьому проекті члени ВДС «Екологічна варта» залучаються до важливої теми освіти дорослих через організацію роботи добровільних пожежних підрозділів із дорослих членів громад та проведення для них навчань, тренінгів

та семінарів, підготовку та видання навчально-методичних матеріалів для подальшого використання командами-учасниками та цільовими громадами; розроблення, наповнення та популяризацію сайту добровільних пожежних формувань.

В межах проєкту відбувається співпраця з органами місцевого самоврядування цільових територіальних громад, Державною службою України з надзвичайних ситуацій та її територіальними підрозділами, Державним агентством лісових ресурсів України, Інформаційно-просвітницьким центром «Екологічна варта», Центром екологічної освіти та інформації та Міжрегіональним центром наукових досліджень та експертиз.

Додаток 7

Квест «Ти ЯК»?

Матеріали квесту розроблені на основі відео та описових завдань веб-порталу <https://howareu.com/>

Учасники: 3–4 команди по 6–10 осіб.

Керівники на маршруті: 3 особи

Технічні засоби: ноутбук, проєктор, смартфони (1–3 на групу).

Хід квесту:

1. Команда квесту розміщує на території проведення картки із завданнями та готує квест-питання. Для кожної команди обирають окремий колір і карток, і квест-питань, кожна команда шукає свої завдання за кольором.

2. Ведучий знайомить учасників із структурою веб-порталу <https://howareu.com/>, окремими завданнями та відео.

3. Учасники за допомогою смартфонів самостійно знаходять на порталі відео та вправи.

4. Кожна група отримує перелік квест-питань, знаходить завдання, (отримує підказки на веб-порталі <https://howareu.com/>, якщо необхідно) та виконує їх.

Правила для учасників:

- знайти зупинку з назвою, яка є у переліку квест-питань
- взяти картку вашого кольору та зробити те, що на ній написано, РАЗОМ
- повторити вправу ще раз

Орієнтовний перелік:

№	Назва	Проходження
	Правила безбар'єрної комунікації	Ознайомитись із Правилами безбар'єрної комунікації
	Емоційний крокодил	Розповісти Керівнику про Правила безбар'єрної комунікації та зіграти з нею в Емоційного крокодила
	Сокира для поганих емоцій	Згадати вправу та зробити її
	Пружина	Дійте за картою!
	Заземлення	Дійте за картою!
	Добрі та злі собаки	Дійте за картою!
	Дихання на рахунок	Дійте за картою!
	Стоп	Дійте за картою!
	Морська зірка	Дійте за картою!
	Ти як?	Написати на листочку відповідь на питання «Ти як?» та наклеїти його на Дерево емоцій

5. Всі команди збираються разом, ведучий підводить підсумки. Для учасників віком до 11 років за шкалою «мені ця вправа ніяк не допомогла – мені вправа дуже сподобалась вправа, буду робити ще», для учасників віком від 12 років – обговорення, що можна використати у житті, про які вправи розповісти друзям, як краще використати портал тощо.

Правила безбар'єрної комунікації

Дотримуйтеся принципу «спочатку людина»

Спочатку згадуйте людину, а далі, якщо цього вимагає контекст, вже її риси чи ознаки (наприклад, людина з інвалідністю, а не «інвалід»)

Не кажіть більше, ніж є насправді

Варто називати усе своїми іменами, не перебільшуючи (наприклад, «людина, яка користується кріслом колісним», а не «людина, прикута до візка»)

Уникайте маскувальних слів

Вживання евфемізмів або маскувальних слів може образити чи ввести в оману (наприклад, «сонячні діти» – евфемізм, а діти з синдромом Дауна – коректно)

Запитуйте

Якщо не знаєте, як правильно, запитайте саму людину, як вона хоче, щоб до неї звертались. Це не соромно, а навпаки є проявом уваги й тактовності



Ілюстрація: Ольга Дегтярєва

BF.IN.UA



«Довідник безбар'єрності» – твій гід з коректного спілкування і взаємодії

Практика «Дихання на рахунок»

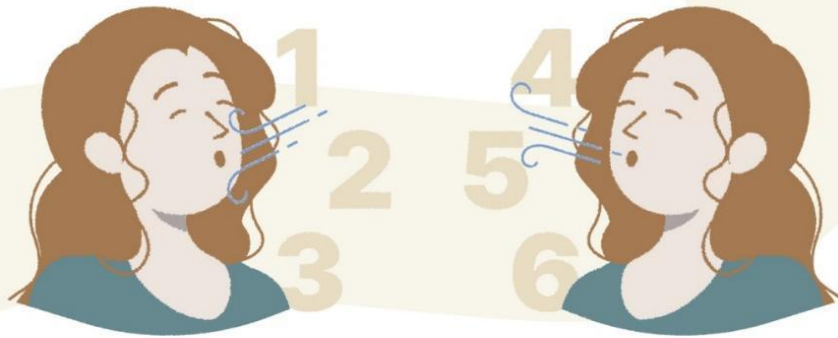
1. Заплющ очі, відчуй ногами підлогу
 2. Глибоко й повільно вдихни через ніс, рахуючи до 3-х
 3. Впусти повітря до самого низу легень
 4. Тепер повільно видихни через рот, рахуючи до 6-ти
 5. Повтори це мінімум 4 рази
- Але (!) якщо стане зле, зупинись

ТИ ЯК?

Всеукраїнська програма ментального здоров'я
за ініціативою Олени Зеленської



HOWAREU.COM



Практика «Добрі та злі собаки»

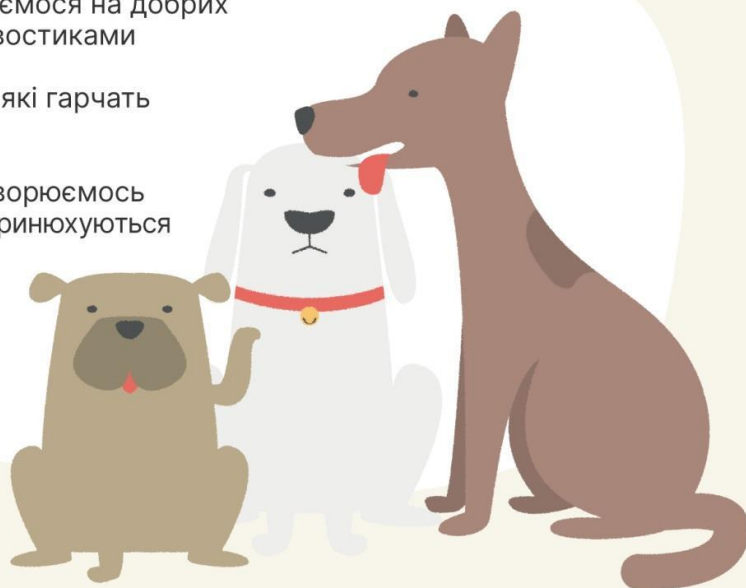
1. Спочатку перетворюємося на добрих собак, які виляють хвостиками
2. Потім на злих собак, які гарчать одна на одну
3. А тепер знову перетворюємось на добрих собак, які приносять знайомлячись

ТИ ЯК?

Всеукраїнська програма ментального здоров'я
за ініціативою Олени Зеленської



HOWAREU.COM



Практика «Заземлення»

ТИ ЯК?

Всеукраїнська програма ментального здоров'я
за ініціативою Олени Зеленської

Зверни увагу на те, як ти почуваєшся зараз і про що думаєш. Проговори це собі подумки. Тепер спробуй уповільнитись й з'єднатися зі своїм тілом. Це не так складно, як звучить

1. Повністю видихни повітря з легень, а тоді знову повільно наповни їх глибоким вдихом
2. Повільно притисни ступні до підлоги
3. Так само плавно витягни руки вздовж тіла або зімкни долоні перед собою
4. Тепер перенаправ увагу на світ навколо. Які 5 предметів ти бачиш? Які 3-4 звуки чуєш? Які запахи відчуваєш?
5. Проговори подумки, що й де ти зараз робиш



HOWAREU.COM



Практика «Пружина»

ТИ ЯК?

Всеукраїнська програма ментального здоров'я
за ініціативою Олени Зеленської

1. Уявляємо, що ми пружина
2. Присідаємо, обіймаючи коліна...
3. ...і вистрибуємо, розпрямляючись



HOWAREU.COM



Техніка «Стоп»

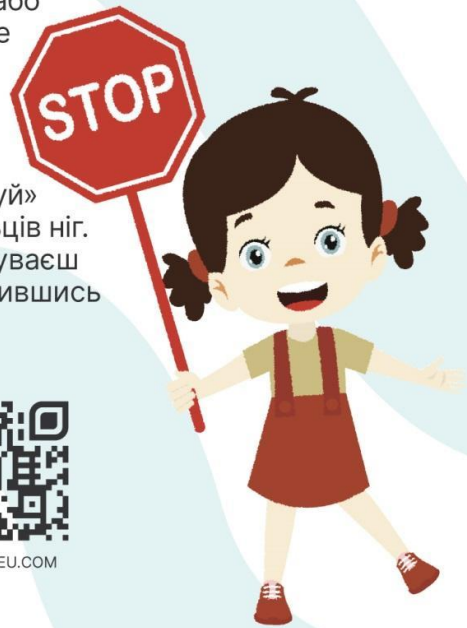
ТИ ЯК?

Всеукраїнська програма ментального здоров'я
за ініціативою Олени Зеленської

1. Зверни увагу на те, що тобі стало сумно або погіршився настрій. Зупинись та визнай це
2. Сфокусуйся на тому, про що ти думаєш. Які емоції викликають ці думки? Назви їх
3. Зверни увагу на відчуття в тілі. «Проскануй» себе подумки від голови до кінчиків пальців ніг. Зверни увагу на ті частини тіла, де відчуваєш напругу. Спробуй вивільнити її, розслабившись
4. Подумай про те, який найменший крок ти можеш зробити прямо зараз аби покращити свій стан. Це має бути конкретна дія, яка не потребує багато часу чи ресурсів
5. Зроби це



HOWAREU.COM



Тілесна практика «Морська зірка»

ТИ ЯК?

Всеукраїнська програма ментального здоров'я
за ініціативою Олени Зеленської

1. Уявіть, що ви морська зірка, яка тягнеться усіма своїми кінцівками в різні боки, розтягується
2. Витягніть шию вгору до комфортного напруження
3. Руки та ноги простягніть у різні сторони, настільки далеко, наскільки можете
4. Тепер повністю розслабте усе тіло і зробіть видих
5. Повторіть вправу тричі



HOWAREU.COM



Пізнавальна ігрова програма «Час діяти»

Мета: сприяти розвитку знань, умінь та навичок вихованців з основ безпеки життєдіяльності.

Завдання:

- формувати здоров'язберезувальну, соціальну, екологічну компетентності школярів;
- розвивати у дітей морально-психологічні якості: ініціативність, кмітливість, згуртованість, творчу уяву, відповідальність;
- сприяти формуванню умінь та готовності діяти індивідуально та колективно у різноманітних ситуаціях;
- стимулювати розвиток витривалості, рішучості, кмітливості; формувати вміння спостерігати, аналізувати, робити висновки; знаходити правильне рішення.
- Виховувати працелюбність, чесність, відвагу, дисциплінованість, увагу до ближнього, потребу жити в мирі та злагоді, у разі потреби діяти обізнано, спокійно, особисто й колективно.

Категорія учасників: учні школи, колективу дитячого об'єднання «Школа безпеки».

Вік та кількість учасників: від 12–14 років, команди 5–7 осіб.

Тривалість: 1,5 год.

Форма та методи проведення: ігрова програма з елементами КВЕСТу, колективно творча справа КТС, вікторина, тести.

Місце проведення та обладнання: спортивна або актовна зала, територія біля закладу, де вільно розташовані ігрові локації, конверти із завданнями, магніти, папір, ручки.

Організатори, партнери: члени ГО ВДГР «Школа безпеки», представники ДСНС та Червоного Хреста.

Хід гри:

I. Організаційний етап

Ведучий. Добрий день, дорогі друзі! Ми з вами зібрались в День рятувальника, 17 вересня, щоб привітати усіх, хто рятує життя людей, щоразу ризикуючи своїм, справжніх героїв, які здійснюють шляхетні та сміливі вчинки, але скромно кажуть, що це лише їхня робота. Кожний громадянин України повинен знати правила цивільного захисту і безпеки життєдіяльності та правильно діяти за ними в умовах загрози та виникнення надзвичайних ситуацій. Пам'ятайте!! Дисципліна і організованість, суворе виконання без поспіху правил поведінки під час надзвичайних ситуацій буде сприяти збереженню Вашого здоров'я і життя, а також зменшенню матеріальних витрат.

За будь-яких обставин дотримуйтесь спокою, не піддавайтесь паніці та провокаціям, утримуйтесь від нерозумних вчинків. В разі необхідності надавайте першу медичну допомогу постраждалим. А також, в разі надзвичайних ситуацій телефонуйте в служби порятунку. До таких формувань належать рятувальні служби на воді, у горах; служба швидкої допомоги; служба з надзвичайних ситуацій; пожежна охорона; газова служба, поліція. Вони працюють як у мирний, так і у воєнний час. Найдорожче у людини – це життя, тому потрібно робити все, щоб зберегти його.

Під час нашої гри ви разом зможете продемонструвати свої вміння діяти в екстремальних та надзвичайних ситуаціях, спробувати себе у ролі пожежних та лікарів та представників інших важливих професій.

Зробимо ми це за допомогою ігрових завдань. Вас чекає 5 локацій, де необхідно відповісти на запитання та отримати картку з літерами. Набір карток з літерами після проходження всіх локацій допоможе скласти вислів. Переможе та команда, яка перша відгадає його.

Отже, кожна команда отримує конверт із маршрутним листом і за моєю командою починає рух. Після виконання всіх завдань ми знову збираємось і визначаємо переможців. Ну що ж, всім зрозуміло завдання? Отже, на старт! Увага! Почали!

2. Основний етап

Станція «Що робить, коли??»

Завдання №1

Ведучий: Що має бути в тривожній валізі на момент евакуації?

(На столі лежать потрібні та непотрібні речі. Учні збирають у валізку лише все необхідне).

Матеріали:

Необхідні речі:

- документи;
- гроші, цінні речі;
- необхідні речі (білизна, теплий одяг, взуття, предмети гігієни);
- продукти харчування на 2–3 дні та питна вода;
- кухоль, ложка, ніж, сірники, ліхтарик, аптечка;
- дітям дошкільного віку пришивають записку (бейджик): ПП, дата народження, домашня адреса, дані батьків.

Зайві речі:

- іграшки, косметика, магнітофон, навушники, фломастери, фотоальбом, фен тощо.

Станція «Надзвичайна ситуація»

Завдання № 1

Ведучий: Розгляньте малюнки і розмістіть відповідні НС у три колонки:

1. НС природного походження
2. НС техногенного походження
3. НС соціального походження

Матеріали:

Малюнки, магніти, ключі.







Завдання № 2

Ведучий: Знайдіть помилки у поданому алгоритмі дій під час пожежі у школі, підкресліть їх та поясніть, у чому помилка:

1. Викликати пожежну охорону. Не панікувати, не піднімати тривогу, аби уникнути паніки в школі. *(Негайно підняти тривогу, голосно кричати про пожежу)*

2. Необхідно попередити про пожежу персонал школи. Евакуювати слід дітей лише з тієї частини школи де сталася пожежа. *(Із усієї будови школи, навіть якщо пожежу виявлено у якійсь одній частині)*

3. Почувши тривогу, учні встають біля своїх парт, і за вказівкою учителя, залишають клас, взявшись за руки по 2 особи, учитель йде попереду із журналом, всі швидко вибігають із приміщення. Зачиняти класні кімнати не обов'язково. *(Рухатися слід по одному, розміреним кроком, завершує рух учитель, зачинивши класні кімнати)*

4. Усі, хто не був присутнім у класі під час сигналу тривоги (був в учительській, коридорах, туалеті тощо), повинен негайно повернутися у клас і разом з усіма евакуюватися зі школи. *(Повинен негайно йти на місце зібрання і приєднатися до свого класу)*

5. Нікому не дозволяється повертатися в будівлю. Необхідно одразу відпустити дітей додому. *(Серед усіх евакуйованих, що зібралися у пункті збору, роблять перекличку, звітують перед директором, а директор надає повну інформацію начальнику варту пожежної охорони).*

Завдання № 3

Ведучий: Прочитайте ситуативну задачу та розташуйте відповіді у правильному порядку: «Під час уроку, проходячи між столами, ви раптом помітили на підлозі блискучі кульки. При спробі підняти одну із кульок вона розлетілася на велику кількість дрібніших, ви:»

Матеріали: 7 аркушів паперу із правильними відповідями, магніти.

Правильні відповіді:

1. Виведіть з приміщення всіх людей, у першу чергу дітей;
 2. Відчиніть навстіж усі вікна в приміщенні;
 3. Захистіть органи дихання хоча б вологою марлевою пов'язкою;
 4. Збирати ртуть слід спринцівкою (великі кульки) і одразу ж скидати її у скляну банку, дрібні кульки можна збирати картоном на папір і теж скидати в банку;
 5. Банку слід щільно закрити кришкою;
 6. Використовувати пилосос для збирання ртуті заборонено;
 7. Вимити забруднені місця та взуття мильно-содовим розчином.
- Приміщення провітрювати протягом кількох діб.

Станція «Перша домедична допомога»

Завдання № 1

Ведучий: Як вам відомо, перегрівання голови на сонці може призвести до сонячного удару. Яких дій слід дотримуватися аби допомогти собі при перегріванні?

Матеріали: Аркуш паперу, ручки, ключі.

Правильні відповіді:

1. Піти в тінь (або відповзти).
2. Випити прохолодної води.
3. Протерти шкіру вологим рушником, а на лоб покласти пакет із льодом.
4. Якщо піднімається температура, загорнутися у вологе простирadlo.
5. Прийняти жарознижуючі засоби.
6. Викликати лікаря.

Завдання № 2

Ведучий: Викликаючи «швидку допомогу», що саме необхідно повідомити диспетчеру у разі будь-якої НС?

Правильні відповіді:

Чітко повідомити, що саме сталося,

Які ушкодження виявлені, особливо небезпечні для життя, кількість і стан потерпілих.

Чи є серед них діти, люди похилого віку, місце події (вулиця, номер будинку), яка була надана допомога.

Вказати своє ім'я, телефон.

Покласти слухавку можна лише тільки після диспетчера.

Станція «Увага! Дорога!»

Матеріали:

Малюнки дорожніх знаків, картки з назвами, магніти, ключі.

Завдання № 1

Ведучий: Знайдіть відповідність між назвою та малюнком дорожнього знаку:



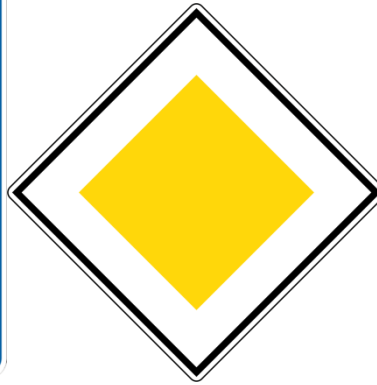
1.



2.



3.



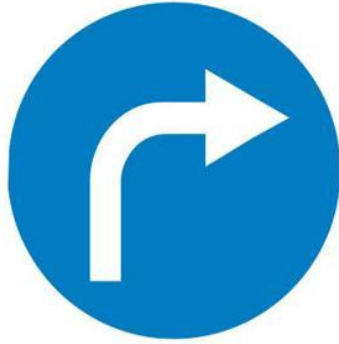
4.



5.



6.



7.



8.

1. Рух праворуч
2. Пішохідна доріжка
3. В'їзд заборонено
4. Пішохідний перехід
5. Головна дорога
6. Лікарня
7. Рух на велосипедах заборонено
8. Слизька дорога

Завдання № 2

Ведучий: Змодельуйте способи транспортування потерпілих під час НС до більш безпечного місця для надання першої медичної допомоги.

1. Транспортування потерпілого одним рятувальником на спині.
2. Транспортування потерпілого двома рятувальниками «один за одним». При цьому один рятувальник тримає потерпілого під пахвами, а інший за ноги під колінами.
3. Транспортування потерпілого двома рятувальниками «на замку». Рятувальники з'єднують руки так, щоб утворилось сидіння («замок»), а потерпілий сам тримається за шиї рятувальників.

Станція «Природа на допомогу рятувальнику»

Завдання № 1

Ведучий: Зберіть у кошик лише їстівні гриби та неотруйні рослини.

Матеріали: кошик, фотографії отруйних та їстівних грибів, а також отруйних та неотруйних рослин.



мухомор червоний



бліда поганка



сатанинський гриб



псевдо опеньок



білий гриб



підосичник



підберезник



лисички



паслін чорний



вовче лико



борщівник



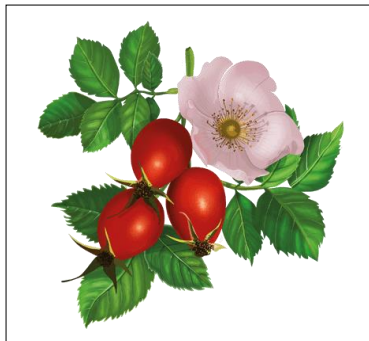
барбарис



ромашка лікарська



соняшник



шипшина



цибуля

Завдання № 2

Ведучий: Скласти правильні відповіді. Назвіть ці лікарські рослини.

Відваром цієї рослини промивають рани, очі, вуха, полощуть горло. Його п'ють як чай, коли болить горло і живіт або при кашлі.



Листя цієї рослини прикладають при опіках, укусах комах, наривах (абсцесах). Свіжим соком із листків лікують рани.



Відваром цієї рослин лікують рани на тілі, виводять бородавки.



Чай із цієї рослин покращує роботу серця, додає сили.



**Масло з рослини швидко
заживляє рани.**



**Ця рослина допомагає при
застуді та сильному кашлі. Свіжі
листки можна прикладати до ран.**



**Це трава від 99 хвороб. Добре
допомагає при грипі, ангіні, лікує
розлади шлунку, головний біль.**

**Ця рослина зупиняє кровотечі, загоює
рани. А ще вона зміцнює волосся. Її
добавляють до страв.**



3. Підбиття підсумків гри

Ведучий. На кожному етапі команда отримувала окремі фрагменти слів,
які треба скласти в один вираз!

ЗАПОБІГТИ! ВРЯТУВАТИ! ДОПОМОГТИ!

Девіз рятівників – «Запобігти. Врятувати. Допомогти». Ці слова
відображають нелегкі будні представників мужньої професії.

Вони попереджають та ліквідують пожежі, аварії та техногенні катастрофи, знешкоджують боєприпаси, рятують людей на воді, виносять з вогню, дістають з-під уламків.

І це далеко не повний перелік завдань оперативно-рятувальних служб, які щохвилини готові прийти на допомогу тим, хто її потребує, при виклику за номером 101 (виклик для всіх екстрених служб за єдиним номером – 112).

4. Підбиття підсумків та нагородження переможців

Рефлексія. Команда яка сьогодні була самою згуртованою, кмітливою, а також проявила свої знання та уміння, отримає нагороду від наших помічників, які працювали на творчих локаціях під час нашої зустрічі.

Ведучий: Кожен з вас приклав максимум зусиль, тому природно, що кожному з вас хотілося б здобути перемогу. Тож бажаю всім вам успіху.

Дякую всім за співпрацю!

До нових зустрічей!

Ігрова програма «МИ РЯТІВНИКИ»

Мета: сприяти формуванню культури безпечної життєдіяльності дітей шляхом ігрової діяльності.

Завдання:

- розвивати практичні уміння та навички безпечної поведінки;
- виховувати свідоме ставлення до своєї безпеки, прагнення зберегти своє здоров'я;
- формувати здоров'язбережувальну, соціальну, екологічну компетентності школярів;
- розвивати у дітей морально-психологічні якості: ініціативність, кмітливість, згуртованість, творчу уяву, відповідальність;
- розвивати уміння критичного мислення.

Категорія учасників: учні загальноосвітніх закладів, вихованці громадських об'єднань та організацій.

Вік та кількість учасників: від 10–12 років, команди 5–7 осіб.

Тривалість: 1 година

Форма та методи проведення: ігрова пізнавальна програма, колективна творча справа (КТС).

Місце проведення та обладнання: спортивна або актовна зала, територія біля закладу, де вільно розташовані ігрові локації, конверти із завданнями, туристичні мотузки, рукавиці, кросворди, речі для тривожної валізи, аптечка першої допомоги.

Організатори, партнери: учасники дитячого об'єднання «Школа безпеки».

Ведуча: Всім привіт, вас вітає команда Школи Безпеки!

Ведуча: «Школа безпеки» – це всеукраїнський дитячий громадський рух, який діє на основі добровільності, рівноправності його членів, законності та гласності.

Ведуча: «Школа безпеки» виховала багато сміливих, відчайдушних людей, які згодом стали пожежниками, лікарями, рятувальниками.

Ведуча: І сьогодні ми запрошуємо всіх приєднатися до «Школи безпеки» та познайомитись. А ми готові передати свої уміння та навички, які неодмінно допоможуть вам в будь-якій критичній ситуації.

Ведучий: А подолати всі випробування зараз нам допоможуть дружні та творчі команди. Готові до змагань? Тоді починаємо!

І перше завдання, це вибір назви команди. (Інструктори допомагають учасникам. Можливо підготовка заздалегідь). Перекличка команд.

Ведучий: Життя людині дається лише один раз, і треба навчитися берегти його. Стихійні лиха, забруднення навколишнього середовища, аварії на підприємствах і транспорті – ось далеко не повний перелік чинників, котрі можуть призвести до травмування людей і навіть до смерті. Люди часто гинуть тому, що оточуючі неспроможні вчасно надавати їм допомогу через відсутність елементарних знань.

Хід програми

1. Вправа «Тривожна валіза» Що має бути в сумці на момент евакуації?

Ведучий: Перед кожною командою на столі лежать потрібні та зайві речі. Учасники команд збирають у валізу лише все необхідне.

Необхідні речі: документи; гроші, цінні речі; необхідні речі (білизна, теплий одяг, взуття, предмети гігієни); продукти харчування на 2-3 дні та питна вода; кухоль, ложка, ніж, сірники, ліхтарик, аптечка; дітям дошкільного віку пришивають записку (бейджик): ПІП, дата народження, домашня адреса, дані батьків.

Зайві речі: іграшки, косметика, навушники, фломастери, фотоальбом, фен тощо. (Додаток 1)

2. Вправа «РЯТУВАЛЬНІ ВУЗЛИ»

Ведучий: За допомогою мотузок та рукавиць потрібно в'язати туристичні вузли. Всі учасники по черзі підбігають до великої мотузки та зав'язують вузли.

Яка команда швидше та правильніше виконає завдання ?

3. Вправа КРОСВОРД «Пожежна безпека»

Ведучий: Кожна команда отримує кросворд. Якщо ви дасте правильні відповіді на питання, то у виділених клітинках зможете прочитати назву найпрестижнішої професії (**ПОЖЕЖНИК**)

1. Коли вогнище палає, він гасить допомагає (пісок).
2. Травма, яку людина може отримати від вогню чи окропу (опік).
3. Надзвичайна ситуація, коли спостерігається неконтрольований процес горіння (пожежа).
4. Пристрій, за допомогою якого пожежники гасять вогонь (вогнегасник).
5. Що це за машина?
Спішить, сурмить: – Дорогу дай! – Моргає синім оком.
Приїде вчасно – і біда, людей обійде боком (пожежна).
6. Шипить, злиться, води боїться (вогонь).
7. Пристрій, за допомогою якого пожежники можуть дістатися до місця пожежі в багатоповерховому будинку (драбина).
8. Пожежний «кашкет» (каска) (Додаток 2)

Ведуча: Школа безпеки навчить вас як діяти в разі нещасного випадку. Ви навчитесь швидко та правильно надавати першу домедичну допомогу постраждалому під час переломів, кровотеч, втраті свідомості та багатьох інших небажаних ситуацій, які можуть скластись в будь який момент.

4. Вправа «Збери аптечку».

Ведучий: Перед командами на столах назви медичних препаратів, які повинні бути в аптечці першої допомоги. А поряд, пояснення, навіщо використовується цей препарат. Потрібно скласти правильно.

Йод – антисептичний зовнішній засіб.

Пантенол (аерозоль) – протизапальне, протимікробний засіб. Обробляють пошкоджену поверхню.

Нашатирний спирт – застосовується як дратівливий і відволікаючий засіб для вдихання при непритомності, чаді.

Аспірин – протизапальний, жарознижувальний засіб, застосовують при мігрені, гарячкових станах, застуді.

Но-шпа – знеболювальний засіб.

Фталазол (бесалол) – болезаспокійлива дія при захворюванні органів черевної порожнини.

Імодіум – при харчових отруєннях, діареї.

Мезим – при порушеннях травного тракту.

Цитрамон – при головному болю.

Анальгін – болезаспокійливий засіб.

Валідол – застосовують при гострих болях у серці 1 табл. під язик.

Перманганат калію – застосовують зовнішньо та внутрішньо у водних розчинах для полоскання рота та промивання шлунка та ран.

Спирт медичний – антисептичний засіб.

Джгут гумовий – для тимчасової зупинки кровотечі.

Активоване вугілля – при накопиченні газів у кишечнику.

Супрастин – протиалергійний засіб (Додаток 3)

5. Вправа «Лікарські трави»

Ведучий: Люди ще в глибоку давнину помітили, що в багатьох рослинах прихована цілюща сила і тому почали використовувати їх для лікування найрізноманітніших хвороб. Так поступово почала розвиватись народна медицина. Багато дикорослих рослин, які застосовувались в народній медицині, полегшували страждання хворих, сприяли їхвиліковуванню. На території нашої України нараховується до 5 тисяч видів рослин.

До використання в фармацевтичній практиці дозволено майже 300. І не дарма у народі лікарські рослини називають друзями здоров'я людини. Бо з усіх лікувальних препаратів 40% виготовляють з лікарських рослин.

Загадки про лікарські рослини

Полюбляє також кіт

Рослину цю духмяну,

А скуштує її — вмить

Стає трішки п'яний. **(Валер'яна)**

Я расту в лісі, в гаю.
Добрий друг я бджіл і ос.
По латині я «календула».
А ще яке ім'я я маю? **(Нагідки)**

Цвіт мій гарний усі знають,
Бо я добрий медонос **(Липа)**

Синьоока ця заброда
В полі водить хороводи.
Де вона вінки спіліта –
Рідкі пшениці і жита **(Волошка)**

Білі кульки на стеблах
Красуються в полі,
Подує легенький вітер
Стебла стають голі **(Кульбаба)**

Всі мене збирають, рвуть.
Квіти жовто-золотисті,
Ніби зірочки, цвітуть.
Це - жовтенький звіробій,
Він лікує шлунок твій **(Звіробій)**

У траві расту, у лісі.
У вінку зеленолистім,
У червоному намисті
Видивляється у воду
На свою хорошу вроду **(Калина)**

Горить, пала. На сонці цвіт,
Тому і зветься... **(Горицвіт)**

6. Вправа «Пожежна безпека»

Ведучий: Кожна команда отримає ситуацію, обговоріть разом та знайдіть помилки у поданому алгоритмі дій під час пожежі у школі підкресліть їх та поясніть, у чому помилка:

1. Викликати пожежну охорону. Не панікувати, не піднімати тривогу, аби уникнути паніки в школі.

Правильна відповідь: *Негайно підняти тривогу, голосно кричати про пожежу)*

2. Необхідно попередити про пожежу персонал школи. Евакуювати слід дітей лише з тієї частини школи де сталася пожежа.

Правильна відповідь: *Із усієї будови школи, навіть якщо пожежу виявлено у якійсь одній частині*

3. Почувши тривогу, учні встають біля своїх парт і за вказівкою вчителя залишають клас, взявшись за руки по 2 чоловіки, вчитель попереду із журналом, всі швидко вибігають із приміщення. Зачиняти класні кімнати не обов'язково.

Правильна відповідь: *Рухатися слід по одному, розміреним кроком, завершує рух вчитель, зачинивши класні кімнати.*

4. Усі, хто не був присутнім у класі під час сигналу тривоги (був в учительській, коридорах, туалеті тощо), повинен негайно повернутися у клас і разом з усіма евакуюватися зі школи.

Правильна відповідь: *Повинен негайно йти на місце зібрання і приєднатися до свого класу.*

5. Нікому не дозволяється повертатися в будівлю. Необхідно одразу відпустити дітей додому.

Правильна відповідь: *Серед усіх евакуйованих, що зібралися у пункті збору, роблять перекличку, звітують перед директором, а директор надає повну інформацію начальнику варту пожежної охорони. (Додаток 4)*

5. Вправа «Знаки міжнародної таблиці «Земля – Повітря»

Ведучий: У надзвичайній ситуації – як у поході, так і у інших умовах (під час обвалу будівлі, сильного урагану тощо) – шанси на виживання зростають,

якщо вміти подавати сигнали лиха рятувальникам. Звісно, збираючись в багатоденну вилазку, звичайно ж, краще буде завбачливо упакувати в рюкзак ракетницю з сигнальними зарядами і повідомити в місцеве відділення МНС про свій маршрут, а ще краще мати з собою рацію для зв'язку. Але, як відомо, не можна передбачити всі можливі ситуації. Тому, якщо Ви потребуєте рятування, то необхідно дотримуватись декількох порад, які допоможуть привернути увагу і повідомити про Ваше тяжке становище. Існують **Міжнародні знаки**, які ми зараз з вами продемонструємо разом. (Додаток 5)

6. Гра «4 СТИХІЇ».

Ведучий: Запрошуємо всі команди приєднатися до гри «4 СТИХІЇ». Нагадаємо разом, які природні стихії ви знаєте? Правильно. Вода, вогонь, повітря та земля. Кожна команда створює своє коло. За командою ведучого ви повинні всією командою зобразити ту чи іншу стихію. Зрозуміло?

ВОДА – разом зображуємо хвилю,

ЗЕМЛЯ – присідаємо разом,

ПОВІТРЯ – повертаємось навколо себе,

ВОГОНЬ – зображуємо язики полум'я у колі.

Ведучий: Всі команди дружно та творчо виконали всі завдання.

Ведучий: Ми переконані, що вміння рятувати справді важливе і це потрібно знати всім! Тому ми запрошуємо вас стати частиною нашої важливої справи!

Всі разом: «Школа Безпеки» – це гордість країни, веде боротьбу за безпеку людини!!!

Додатки до ігрової програми

Додаток 1 «Тривожна валіза»

- документи; гроші, цінні речі;
- білизна, теплий одяг, взуття;
- предмети гігієни;
- продукти харчування на 2-3 дні та питна вода;
- кухоль, ложка, ніж, сірники,

- ліхтарик, аптечка;
- дітям дошкільного віку пришивають записку (бейджик): ПП, дата народження, домашня адреса, дані батьків.
- іграшки;
- косметика, навушники, фломастери;
- фотоальбом, фен.

Додаток 2 «КРОСВОРД «Пожежна безпека»

Якщо ви дасте правильні відповіді на питання, то у виділених клітинках зможете прочитати назву найпрестижнішої професії (ПОЖЕЖНИК)

1. Коли вогнище палає, він гасить допомагає (пісок).
2. Травма, яку людина може отримати від вогню чи окропу (опік).
3. Надзвичайна ситуація, коли спостерігається неконтрольований процес горіння (пожежа).
4. Пристрій, за допомогою якого пожежники гасять вогонь (вогнегасник).
5. Що це за машина? Спішить, сурмить: – Дорогу дай! – Моргає синім оком. Приїде вчасно – і біда, людей обійде боком (пожежна).
6. Шипить, злиться, води боїться (вогонь).
7. Пристрій, за допомогою якого пожежники можуть дістатися до місця пожежі в багатоповерховому будинку (драбина).
8. Пожежний «кашкет» (каска).

Додаток 3 «Збери аптечку»

- Йод – антисептичний зовнішній засіб.
- Пантенол (аерозоль) – протизапальне, протимікробний засіб.
- Нашатирний спирт – застосовується як дратівливий і відволікаючий засіб для вдихання при непритомності, чаді.
- Аспірин – протизапальний, жарознижувальний засіб, застосовують при мігрені, гарячкових станах, застуді.
- Но-шпа – знеболювальний засіб.
- Фталазол (бесалол) – болезаспокійлива дія при захворюванні органів черевної порожнини.

- Імодіум – при харчових отруєннях, діареї.
- Мезим – при порушеннях травлення.
- Цитрамон – при головному болю.
- Анальгін – болезаспокійливий засіб.
- Валідол – застосовують при гострих болях у серці, сублінгвально, під язик.
- Перманганат калію – застосовують зовнішньо та внутрішньо у водних розчинах для полоскання рота та промивання шлунка та ран.
- Спирт медичний – антисептичний засіб.
- Джгут гумовий – для тимчасової зупинки кровотечі.
- Активоване вугілля – при накопиченні газів у кишечнику.
- Супрастин – протиалергійний засіб.

Додаток 4 Вправа «Пожежна безпека»

Знайдіть помилки у поданому алгоритмі дій під час пожежі у школі, підкресліть їх та поясніть, у чому помилка:

1. Викликати пожежну охорону. Не панікувати, не піднімати тривогу, аби уникнути паніки в школі.

2. Необхідно попередити про пожежу персонал школи. Евакуювати слід дітей лише з тієї частини школи де сталася пожежа.

3. Почувши тривогу, учні встають біля своїх парт і за вказівкою учителя залишають клас, взявшись за руки по 2 особи, учитель йде попереду із журналом, всі швидко вибігають із приміщення. Зачиняти класні кімнати не обов'язково.

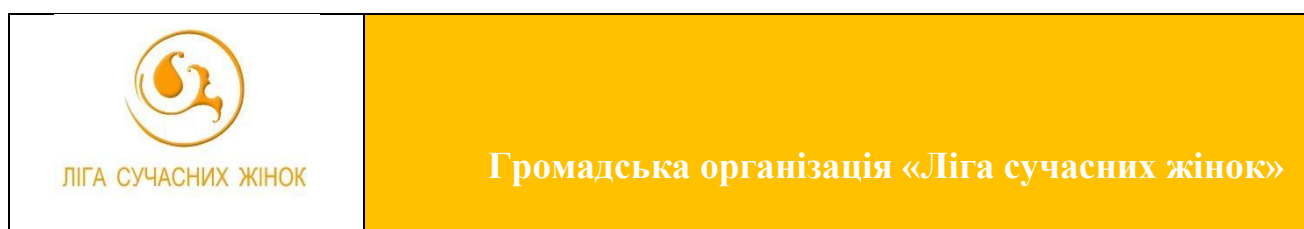
4. Усі, хто не був присутнім у класі під час сигналу тривоги (був в учительській, коридорах, туалеті тощо), повинен негайно повернутися у клас і разом з усіма евакуюватись зі школи.

5. Нікому не дозволяється повертатися в будівлю. Необхідно відразу відпустити дітей додому.

Додаток 5

Міжнародна кодова таблиця основних сигналів "земля – повітря"	
X	Не можу продовжувати рух
I	Потрібен лікар, є тяжкопоранені
II	Потрібні медикаменти
→	Слідую в цьому напрямку
F	Потрібна вода і продовольство
Δ	Тут можлива посадка

Додаток 10



Комунікаційна політика

громадської організації «Ліга сучасних жінок» (2022 р.)

1. Аналіз поточної ситуації

Попри те, що організація існує лише три роки, завдяки досвіду та репутації її членкинь вдалось досягнути значних успіхів в адвокації та проєктній діяльності.

Команда вміє працювати з органами місцевого самоврядування та представництвами державних органів влади в регіоні, має навички взаємодії з медіа.

Найбільше організація асоціюється з тематикою протидії гендерно зумовленому насильству та ініціативою створити в м. Суми Притулку для жінок, які постраждали від насильства.

Спікерки організації мають досвід взаємодії з медіа, можуть публічно відстоювати позицію організації.

Організація має інформаційні продукти та досвід, які говорять про потенціал охопити регіональний та національний рівні.

Наявні комунікативні ресурси:

- Спільнота у Фейсбучі
- Кошти на інформаційну кампанію, які час від часу надходять в рамках грантової проєктної діяльності
- Налагоджені зв'язки з місцевими ЗМІ
- Додаток (для мобільних телефонів та ПК) для підлітків

Проблеми:

- Програмні заходи, які реалізовує організація не завжди очевидно пов'язані з темою розвитку можливостей для жінок, яка є статутною ціллю організації (кібербезпека для дітей, навчання цифровим навичкам літніх людей).
- Потрібно використовувати «комунікативні місткі», пояснюючи чому організація реалізовує ті, чи інші активності.
- В Україні наявні організації з подібними назвами і схожим профілем діяльності, через що громадськість може плутати заходи, спікерів і позиції.
- Організація не «працює» в Інстаграмі, яким користується молодь.
- Організація не має власного сайта, на якому можна системно представляти її роботу.

- Організація має обмежений доступ до національних медіа, через віддаленість обласного центру від основних міст, де знаходяться регіональні студії.

2. Комунікаційні цілі організації

Організація працює в напрямку збільшення можливостей для жінок, дівчат і дівчаток Сумщини та, в перспективі, всієї країни.

Цілі комунікації:

- Підвищити ефективність поширення інформації про сервіси організації серед цільових аудиторій.
- Посилити адвокаційні спроможності організації в розвитку можливостей для жінок, дівчат і дівчаток.
- Підготувати підґрунтя бренду для виходу на регіональний та національний рівні.
- Розширити уявлення жінок, дівчат і дівчаток про форми гендерно зумовленого насильства, надати інформацію про послуги які надаються громадською організацією «Ліга сучасних жінок».

3. Цільові аудиторії організації

1. Діти 12–15 років, учениці та учні загальноосвітніх шкіл міста Суми та області.

Інтерес – просування ігрового додатку з цифрової безпеки.

Зв'язок з напрямом діяльності організації – більша частина потерпілих від сексуальної експлуатації через Інтернет – це дівчата-підлітки.

2. Студентки закладів вищої освіти Сумської області.

Вікова група: 17–22 роки.

Інтерес – просування активностей з профілактичної роботи щодо протидії гендерно зумовленому насильству з акцентом на соціально-психологічні тренінги та тренування для формування навичок первинної самооборони.

Пріоритетні напрямки інформування:

- Ранні маркери фізичного гендерно зумовленого насильства в стосунках.
- Порушення приватності та кордонів особистої свободи в гуртожитках.

3. Молоді жінки (18–25 років) – мешканки Сумської області.

Інтерес – просування активностей (тренінги самооборони та соціально-психологічної допомоги) із запобігання гендерно зумовленому насильству: профілактичні соціально-психологічні тренінги та тренування з набуття первинних навичок фізичної самооборони.

Пріоритетні напрямки інформування:

Дівчата і жінки, які потрапили в токсичні стосунки, усвідомлюють що їм в них погано, проте часто не готові їх розірвати через тиск суспільства і страх бути залишеними самотньою.

4. Жінки, які постраждали від гендерно зумовленого насильства.

Профіль:

- Економічне насильство
- Психологічне насильство
- Пережите в минулому фізичне насильство

Акцент на категорії внутрішньо переміщених осіб.

Пріоритетні напрямки інформування:

- Випадки відмови брати на роботу або фінансова дискримінація через подвійну стигму (наприклад, жінка та ВПО).

5. «Союзниці» – подруги жінок, які знаходяться в ситуації гендерно зумовленого насильства (економічний і психологічний блок) і потребують допомоги.

Пріоритетні напрямки інформування:

- Надати алгоритм «позиції», якщо подруга потрапила в ситуацію гендерно зумовленого насильства. Роз'яснити неприпустимість шеймізму постраждалих від ГЗН.

Індикатори:

- 3000 жінок охоплено інформацією про форми нефізичного насильства
- 200 кейсів опрацьовано юристками та психологинями організації

4. Ключові повідомлення організації

Психологічний тиск та економічні обмеження також є формами насильства, які завдають страждань жінкам.

Діти 12–15 років	Будь крутішим за шахраїв: не дай себе обдурити!
Студентки	Ти маєш право вимагати, щоб твої кордони поважали!
Молоді жінки	Сучасне суспільство – сучасні норми!
Жінки, які постраждали від ГЗН	Звернутись по допомогу – це нормально! Помилитись не страшно, як і попросити допомоги виправити помилку.
Союзниці	Твоя подруга потребує підтримки. Вона не впорається сама. Вихід з аб'юзивних стосунків – це тривалий процес.

Форми нефізичного гендерно зумовленого насильства, до яких організація хоче привернути увагу жінок:

- Чоловік не дозволяє жінці працювати, або обмежує її можливості працювати, знецінюючи її потребу справдитись професійно та бути фінансово самостійною.
- Чоловік перешкоджає особистісному саморозвитку жінки: не дозволяє отримувати вищу освіту, проходити курси підвищення кваліфікації, хоббі-курси тощо.
- Чоловік використовує вербальні та «демонстраційні» погрози фізичним насильством: висловлювання «Не виводь мене з себе», удари кулаком по стіні чи інших предметах.
- Чоловік обмежує контакти жінки або здійснює тотальний контроль над її спілкуванням (забороняє зустрічатись з друзями, родичами, відвідувати фітнес секції, перевіряє дзвінки й переписки тощо).
- Чоловік має одноосібний контроль за фінансами родини, визначає лише на власний розсуд пріоритети витрат.

5. Канали комунікації та інструменти комунікації

Канал роботи з національними медіа – пріоритет інтернет-виданням.

Нішеві видання, які пишуть про проблеми жінок (Повага, Жінки – 50 % успіху України, Рубрика, Заборона)

Ціль роботи з національними медіа – підготовка бренду організації для виходу на регіональний та національний рівні.

Теми для публікацій/інтерв'ю з національними медіа:

- унікальні історії успіху;
- проблеми жінок ВПО.

Місцеві медіа: 0542.ua, sumy.today, Суспільне.Суми, <https://cukr.city/>, <https://sts.sumy.ua/>, <https://rama.com.ua/>, <http://mediakolo.sumy.ua/>, <http://spec-kor.com.ua/>, <https://sumypost.com/>

Теми для публікацій в місцевих медіа:

- Адвокаційні задачі (в Сумах відсутній Притулок для жінок, які постраждали від насильства тощо).
- Інформація про сервіси для жінок у контексті протидії ГЗН (від ГО «Ліга сучасних жінок» та інших осередків).

Цільова аудиторія	Канали комунікації	Опис
Діти 12–15 років	Застосунок «Чемпіони кібербезпеки» Онлайн тренінги з кібербезпеки	Реалізовується через партнерські стосунки з обласним підрозділом Кіберполіції
Студентки	Заходи в закладах вищої освіти.	Залучення до тренінгів. Розробка та просування настільного квесту з протидії домашньому насильству «Нокдаун»
Молоді жінки	Інстаграм Місцеві інтернет сайти Програма агенток впливу	Публікація дописів, реклама, творчі групи.
Жінки, які постраждали від ГЗН	Інформація в центрах надання соціальних послуг, в територіальних громадах (через ФСР)	Друковані буклети
Союзниці	Інформація в місцях скупчення (парки, дитячі майданчики) Місцеве телебачення	Телебачення обрано як канал, оскільки його аудиторія є найбільш широкою (тематичні передачі). Реклама послуг ГО «Ліга сучасних жінок» на бігбордах та сіті лайтах.

Структура проєкту

Кожен проєкт має власну структуру. Від чого вона залежить:

- творчість команди проєкту
- відповідність структурі проєкту грантодавця
- врахування командою усіх потреб проєкту.

Поле реальності та межа нездійсненності

Написання проєкту на одержання гранту – це тривалий процес (особливо для тих, хто займається цим вперше) та можливість по-новому подивитись на Вашу організацію, її цілі та задачі. Процес написання заявки починається з вивчення власних можливостей. Перед написанням заявки, Ви повинні задати собі та знайти відповіді на три запитання: Хто скористається результатами виконання Вашого проєкту? Чи сприятиме виконання цього проєкту подальшому розвитку Вашої організації? Чи вистачить у Вас сил, часу та бажання на написання та виконання проєкту? Якщо після щирих відповідей на поставлені запитання, Ви вирішили продовжити розпочату роботу, то наступним кроком буде пошук фонду, який профінансує Ваш проєкт.

Проведення підготовчої роботи

1. Оцінка потреб

Вдалими бувають проєкти, розроблені на основі належного розуміння певних засад їх створення. Успіх проєкту рідко є наслідком щасливого випадку чи долі. Майже завжди, успіх проєкту буває пов'язаний з належним плануванням і відповідним розумінням засад його створення. Зверніть увагу на наступні приклади проблем, що є найбільш характерними для проєктів розвитку:

- Проєкт, що мав на меті підвищення добробуту жінок шляхом їх навчання, виготовлення ручних виробів, обернувся збитками, бо жінки одержали за готові вироби менше, ніж заплатили за сировину. Розробник проєкту, що ніколи не жив у сільській місцевості, вважав, що жінки обізнані з головними чинниками ціноутворення.
- Проєкт, спрямований на підвищення обізнаності матерів стосовно проблем дитячого здоров'я та харчування мав наслідком низький рівень

відвідування та майже ніяк не вплинув на покращення стану здоров'я дітей. Матері, коли їх спитали, відповіли розробнику проєкту, що їх справді цікавили проблеми здоров'я їх дітей. Однак, вони не зауважили, що в них було обмаль часу, або вони віддали б перевагу проєктові, що надав би їм можливість заробити гроші. Розробник проєкту не ставив специфічних запитань, щоб з'ясувати ці потреби.

- Проєкт для підлітків виявився невдалим, тому що не співпадав зі шкільними програмами, спрямованими на досягнення тієї ж мети. Успіх кожного з цих проєктів був обмеженим, оскільки його створення і реалізація відбувалася за відсутності розуміння розмаїття місцевих факторів, що негативно вплинуло на його досягнення. Всі вони були розроблені людьми, що мали добрі наміри, але обмежене розуміння особливостей їх розробки.

2. Збір і аналіз інформації

Після того, як Ви досягнете розуміння загальних потреб і виберете окремі проблеми, на які буде спрямований ваш проєкт, Ви зможете зібрати більш детальну інформацію стосовно цих проблем, наявних ресурсів, та частини громади, що братиме участь у проєкті. Це важливо, оскільки Вам будуть необхідні факти для подальшого планування. Вказані факти будуть видозмінюватись у відповідності зі специфікою проблем. Наприклад, якщо Ви прийняли рішення здійснити проєкт у сфері охорони здоров'я дітей, то вам буде необхідна наступна інформація:

- Охорона здоров'я: що є у наявності, де, скільки коштує ?
- Вірування і культура: Що міркують люди з приводу здоров'я їх дітей? Чи є культурологічні обмеження, що здатні вплинути на застосування практичних заходів у сфері охорони здоров'я ?
- Знання здоров'я дитини. Що вже відомо жінкам і чоловікам ? Стан здоров'я і практика: Які головні чинники дитячих хвороб ?
- Існує багато джерел інформації, придатних до використання в процесі планування проєкту. Ось перелік деяких з найважливіших:
- Письмові матеріали, що змальовують громаду або регіон, які надійшли від міністерств або міжнародних організацій. Доповіді та висновки

відносно проєктів у даному регіоні, які здійснювались іншими установами, включаючи державні, благодійні, а також міжнародні організації

- Доповіді та висновки стосовно проєктів, які вже виконані і схожі з тим, що Ви маєте реалізувати.
 - Зустрічі з громадськими лідерами, місцевими мешканцями або специфічними верствами населення
 - Інформація з клінік, лікарень, шкіл.
 - Ваші особисті спостереження за громадою та ваші знання схожих громад.
- Елементи, що складають основу будь-якого проєкту і можуть вплинути

на його успіх:

- Населення – чисельність, відносини, вік, стать;
- Середовище – умови, що впливають на здоров'я, погодні умови;
- Інфраструктура – лікарні, школи, клініки, системи водопостачання та гігієни, шляхи;
- Ресурси – матеріальні та людські ресурси, чи вони є в достатку, чи їх не вистачає;
- Вірування та практика - релігійні, культурні, політичні, соціальні;
- Економіка – наявність коштів, їх розподіл та джерела надходження;
- Думки, ідеї та уподобання – думки громади стосовно потреб та наявних можливостей.

Якщо перший крок у процесі розробки проєкту загальне визначення його бажаності та змісту, то, стосовно окремого населеного пункту чи випадку, вам знадобиться зібрати загальну інформацію пов'язану з:

- загальними проблемами і потребами;
- наявними ресурсами;
- уподобаннями населення.

Ви не потребуватимете детальної інформації щодо кожної сфери діяльності (наприклад, сільське господарство, освіта, охорона здоров'я) чи стосовно кожної проблеми або потреби (наприклад, нестача води, погане

дитяче харчування, високий рівень материнської смертності при пологах), оскільки ваш проєкт не стосуватиметься усіх цих питань.

Під час створення проєкту та роботи з командою можна використовувати таку структуру:

Проект

РОЗДІЛ I

1. Анотація

1.1. Назва проєкту

1.2. Назва організації, відповідальної за проведення проєкту

1.3. Значення проєкту *(потрібно підкреслити)*

державний

регіональний

1.4. Рівень проведення проєкту *(потрібно підкреслити)*

міжнародний

всеукраїнський

обласний

місцевий

1.5. Зміст проєкту *(потрібно підкреслити)*

практичний

інформаційний

науково-методичний

освітньо-виховний

інше _____

1.6. Підстави для розроблення проєкту _____

(ким прийнято рішення, номер і дата)

1.7. Термін реалізації проєкту *(рік, квартал, місяць, дата)*

початок _____

закінчення _____

1.8. Актуальність проєкту

1.9. Мета проєкту

Мета виникає при виявленні проблеми та малює образ бажаного результату. Формулювання мети має бути пов'язане з наявною проблемою та, по можливості, вирішувати її, вказуючи шлях від реального стану речей до ідеального, або пропонованого після реалізації даного проєкту.

Найперше, що потрібно визначити в проєкті – це його мета. Якщо мета недостатньо ясна, то шлях до її досягнення може протягнутися до безкінечності, а такий довгий шлях не забезпечити ніякими ресурсами. Якщо мета не може бути досягнута в принципі, то всі ресурси підуть в нікуди.

Мета проєкту має бути максимально конкретна і зрозуміла в першу чергу вам самим. Пам'ятайте, що мета вашого проєкту – вирішення конкретного завдання. Можна сказати, що реалізація проєкту – це «мікромета» організації, «сходінка» на шляху її до кінцевої мети.

Мета – детально відпрацьоване, узгоджене, лаконічне формулювання бачення майбутнього. Отримання очікуваних змін ситуації в суспільстві (в навколишньому середовищі тощо) в результаті виконання проєкту.

Мета – коротке визначення того, який позитивний результат буде отримано від реалізації проєкту.

В меті повинна бути вказана проблема, яку вирішує організація (що зробити) і яким шляхом це буде зроблено (цільова група, чію проблему вирішує проєкт), а також повинно бути вказано за допомогою чого, або яким способом буде досягнута ця мета (яким чином це буде зроблено).

Приклади формулювання мети:

Метою проєкту є соціальна адаптація безробітних через залучення їх до підприємницької діяльності.

Мета проєкту – створення Центру кращих практик збалансованого розвитку в Україні для популяризації та впровадження Цілей збалансованого розвитку.

Мета проєкту – підвищення обізнаності громадян з питань розвитку природоохоронних територій.

Мета проєкту – зменшення шкоди для довкілля від спалення опалого листя.

При детальнішому аналізі необхідно зауважити, що термін «мета» може мати різні значення.

Наприклад:

- по - перше, мета — це такий стан речей, якого ми хочемо досягти; вибраний результат наших дій. Як повинна змінитися ситуація? Які наслідки хочемо отримати? Яким є бажаний результат?

по - друге, мета – це щось, до чого ми прагнемо, крапка на горизонті, що визначає напрямок нашого руху;

- по - третє, мета – це предмет (об’єкт) вибраних дій; те, на що ці дії направлені.

1.10. Цілі проєкту

При формулюванні цілей використовується іменник (створення заповідника в такому-то місті, проведення циклу тренінгів для вчителів сільських шкіл тощо).

1.11. Завдання проєкту

Завдання проєкту – це поліпшення ситуації, яку ви описали у постановці проблеми, тому завдання повинні бути максимально конкретизованими, реалістичними та досяжними, тобто – це конкретні події, які можна виміряти і без яких мета не може бути досягнутою. Це зміни, поліпшення ситуації, які відбуваються крок за кроком в міру реалізації проєкту. Необхідно визначити завдання, встановити планові кількісні та якісні показники цих змін.

Завдання – це короткі конкретні формулювання, що більш детально описують результати, які очікуються і в сукупності забезпечують досягнення мети. Потрібно відрізнити завдання проєкту від мети і методів її досягнення, так як методи – це вирішення тих питань, з допомогою яких завдання будуть виконані.

Завдання – це способи вимірювання результатів, показники, які свідчитимуть чи зробили ми те, що збиралися зробити. Завдання визначається своєю конкретністю. Якщо мета є суттю вирішення однієї із найважливіших проблем, то завдання є однією із кількох складових розв’язання цієї проблеми.

Зазвичай для досягнення мети потрібно реалізувати декілька паралельних або послідовних завдань.

Формулювання завдання повинно починатися дієсловом – «здійснити», «провести», «впровадити», «надати» тощо, але не «здійснювати», «проводити», «впроваджувати», «надавати». Не можна формулювати завдання словами, які описують процес, як, наприклад, «поліпшення» чогось... В тоні вашого опису має відчуватися впевненість – це буде зроблено.

Серед критеріїв відповідності завдань меті проекту є:

- зв'язок з проблемою;
- доцільність;
- відповідність місії;
- зацікавленість клієнтів;
- виправданість завдань;
- дотримання етики;
- відповідність кінцевих результатів до заявленої цілі;
- кваліфікація персоналу;
- підтримка у суспільстві.

Специфікація завдань – більш конкретне формулювання цілей що є орієнтованими на кінцевий результат і здійснення яких вимірюється.

Завдання приносять найбільшу користь, коли вони чітко сформульовані і прямо відповідають таким вимогам:

- Мають бути чіткими, конкретним, певними і діючими: що має бути зроблено?
- Вимірність – підлягають оглядовому підтвердженню.
- Реалістичність – не бути надто високими але такими яких можна досягти за допомогою наявних ресурсів.
- Гідність – не бути надто низькими, дрібними, безглуздими.
- Адекватність – обґрунтована передача доручень системи і їх відповідність потребам громади.

Завдання повинні відповідати наступним питанням:

- Якого результату бажано досягти. Яких змін у поведінці, умовах або якості ми очікуємо в результаті витрачених на програму зусиль.

- На яку групу населення спрямовано завдання. Хто згідно з припущеннями, має змінитися внаслідок дії програми.

- Скільки споживачів послуг згідно з нашим припущенням досягнуть бажаних результатів. Тобто, якого ступеню, або розмірів позитивного впливу на цільову групу населення ми очікуємо.

- Коли ми очікуємо досягнення бажаних результатів.

Завдання проекту полягає у викладенні конкретних заходів, без виконання яких мета проекту не буде досягнута.

Звертаємо при цьому увагу на помилку, яка часто трапляється і полягає в пропуску завдань технічно - організаційних, допоміжних, що служать оцінюванню чи промоції. Це неприпустимо, під час формування списку завдань не можна забувати про такі завдання, як:

- вступні організаційні дії (такі, що попереджають початок істотної реалізації проекту, наприклад, створення робочої групи по реалізації проекту і розподіл доручень);

- написання поетапних звітів і підсумкового звіту з реалізації проекту; такі елементи виступають завжди в проектах, реалізованих при участі грантів;

- дії, пов'язані з моніторингом і оцінюванням успіхів реалізації проекту;

- дії, пов'язані з промоцією і public relations проекту (наприклад, збір і розсилання інформації, конференція для преси по закінченні проекту, публікація, що підсумовує результати і досвід проекту).

На цю діяльність також потрібний буде час, люди, приміщення, обладнання.

Завдання для досягнення успіху повинні бути конкретними, тобто чітко визначати для кого та де (цільова група та місце проведення), з часовими рамками. Як правило, тривалість проекту не може бути більшою одного календарного року. У проекті повинна відчуватися впевненість в тому, що завдання будуть виконані, а мета досягнута.

1.12. Соціальна категорія, для якої створено проект

Активні учасники проекту _____

Опосередковані учасники проекту _____

Цільова група проєкту – ті, на кого проєкт спрямований безпосередньо.

Сутність визначення об'єкта проєкту полягає в тому, щоб обрати саме ту цільову групу (або кілька груп) серед усіх інших груп, існуючих у даному суспільному середовищі, які найбільше потерпають від цієї проблеми, на розв'язання якої переважно спрямований проєкт та/або може найбільше вплинути на характеристики цієї проблеми – зміст, структуру, масштабність, характер, соціальну значимість тощо.

В цьому вам допоможуть такі питання: кого і як проблема зачіпає? Яким чином проблема впливає на всю громаду? На окрему соціальну групу, на яку ви працюєте?

В межах одного проєкту можуть існувати кілька рівнозначних або не рівнозначних об'єктів: одна або декілька цільових груп клієнтів, які отримують допомогу; цільові групи фахівців, яких необхідно навчити методиці надання допомоги; цільові групи людей, котрих потрібно переконати сприяти наданню допомоги доступними їм засобами.

Визначте як можна більше соціальних груп, яких цей проєкт може стосуватися. Не забувайте, що грантодавець може обмежувати свої інтереси декількома окремими групами населення. І чим більше груп ви визначите, тим ширше спектр фондів, на які ви можете розраховувати.

Основні критерії вибору:

- *відповідність цільової групи ідеології проєкту*
- *відповідність цілям проєкту*
- *відповідність тим чинникам, які найбільше детермінують кризові ситуації*
- *відповідність особливостям внутрішньої структури проєкту*

Бажано при створенні проєктів конкретизувати:

- Діти віком з....до....
- Особи третього віку
- Учні загальноосвітніх шкіл...
- Члени громади міста....

Цільові групи мають бути вказані в якісній та кількісній формі (не тільки назва групи, а й кількість осіб). Зауважимо, що при розробці проєкту не

намагайтеся охопити якомога більшу кількість осіб, включивши їх до цільової групи. Будьте реалістами і зважайте на власні можливості.

1.13. Очікувані результати реалізації проєкту

Якісні показники _____

Кількісні показники _____

1.14. Галузь (і) та регіон (и) використання результатів

РОЗДІЛ 2

2.1. Замовник проєкту

(повна назва, підпорядкованість, повна поштова адреса, телефон, факс)

2.2. Керівник (відповідальний) за реалізацію проєкту _____

(прізвище, ім'я та по батькові, місце роботи, посада, контактний телефон)

2.3. Організація відповідальна за реалізацію проєкту

(повна назва, підпорядкованість, повна поштова адреса, телефон, факс)

2.4. Партнери проєкту

(повна назва, підпорядкованість, повна поштова адреса, телефон, факс)

РОЗДІЛ 3

3.1. План реалізації проєкту

Заходи проєкту мають бути чітко запланованими та відповідати меті, цілям, та завданням. Ця відповідність має бути показана у документах проєкту. Також бажано одночасно показати і відповідність результатів проєкту завданням.

Основний компонент проєктування – вибір змісту, форм, методів діяльності по проєкту. Це технологічний етап, що передбачає підбір оптимальної системи дій, спрямованих на вирішення кожного з визначених завдань. Ви маєте чітко вписати в яких напрямках, яким чином, коли, в якій послідовності, що і ким буде зроблено для отримання бажаних результатів.

Планування – це найважливіша частина механізму реалізації. При плануванні дій по реалізації соціального проєкту бажано орієнтуватися на такі принципи: принцип відповідності форм і змісту, принцип послідовності дій у часі, принцип врахування місця дії.

План враховує місце проведення, відповідно до місця вибирається і форма. Всі види робіт пов'язуються з наявними ресурсами. Встановлюються терміни, відповідальні виконавці

Конкретизація плану здійснюється у різний спосіб, наприклад:

дія	термін	відповідальні	ресурси	результати
		й		

Або:

завдання	дії	початок та закінчення	відповідальні	засоби

Або відповідно до етапів:

Етапи реалізації	Опис заходів для здійснення етапу	Термін реалізації етапу	Результати здійснення етапу
Підготовчий			
Основний			
Підсумковий			

3.2. Опис діяльності за проєктом, передбаченої після закінчення

Як перевірити, чи досягне проєкт успіху?

S – specific, конкретність. Чи конкретна ціль, достатньо зрозуміла з точки зору що, як, коли і де зміниться ситуація?

M – measurable, обчислюваність. Чи піддаються цілі обчислюванню (наприклад, скільки становить збільшення, яка кількість людей)?

A – area-specific, територіальність. Чи окреслюють цілі район або групу населення?

R – realistic, реалістичність. Чи призведе виконання проекту до перетворень та зрушень зазначених в цілях?

T – time-bound, визначеність у часі. Чи відображає ціль період часу, впродовж якого вона має бути досягнута (протягом першої чверті або першої половини запланованого проміжку часу)

3.3. Опис діяльності з інформування про хід та результати виконання проекту

РОЗДІЛ 4

4.1. Кошторис витрат на реалізацію проекту

№ п/п	Види витрат	Розрахунок витрат, грн	Сума, грн
1	Оплата послуг залучених спеціалістів		
2	Нарахування		
3	Витрати на проїзд учасників заходів		
4	Витрати на харчування учасників заходів		
5	Витрати на проживання учасників заходів		
6	Оренда місць проведення заходу		
7	Транспортні послуги		
8	Оренда обладнання, оргтехніки		
9	Послуги зв'язку		
10	Поліграфічні послуги		
11	Канцелярські витрати		
12	Призи, сувеніри		
13	Інші витрати		
	Всього витрат		

ПОЛОЖЕННЯ

про Всеукраїнський конкурс дитячо-юнацької творчості «Безпека в житті – життя у безпеці», 2024 рік (ГО ВДГР «Школа безпеки»)

I. Загальні положення

1. Положення про Всеукраїнський конкурс дитячо-юнацької творчості «Безпека в житті – життя у безпеці» затверджено Координаційною радою ВГДР «Школа безпеки» та погоджено з ДСНС України 29.03.2013 року.

2. Всеукраїнський конкурс дитячої творчості «Безпека в житті – життя у безпеці» (далі – Конкурс) є щорічним і проводиться з метою формування у дітей та молоді культури безпечної життєдіяльності, виховання свідомих, відповідальних та патріотично налаштованих громадян держави, привернення уваги громадськості до проблем безпеки в умовах сьогодення, виявлення талановитих, обдарованих дітей та їх підтримки.

3. Завдання Конкурсу:

– формування свідомого й відповідального ставлення до питань особистої та колективної безпеки, безпечної життєдіяльності в соціумі;

– формування громадянської позиції та виховання загальнолюдських якостей: доброти, милосердя, співчуття, гуманізму, відповідальності, патріотизму;

– удосконалення знань щодо дій у надзвичайних ситуаціях і запобігання їхньому виникненню;

– активізація творчих і пізнавальних ініціатив молоді та залучення її до реалізації ініціатив, спрямованих на розв’язання важливих соціальних проблем;

– розвиток творчих здібностей, організація змістовного дозвілля дітей та молоді на засадах культури безпеки людини;

– професійна орієнтація та сприяння професійному зростанню;

– формування цифрових компетенцій у сфері культури безпеки;

– популяризація здорового і безпечного способу життя.

4. Правовою основою Конкурсу є: Конституція України, Кодекс

цивільного захисту України (ст. 41); Конвенція ООН «Про права дитини», Закон України «Про охорону дитинства», План основних заходів цивільного захисту України на 2024 рік, затверджений розпорядженням Кабінету Міністрів України від 12 січня 2024 р. № 29-р.

II. Організатори та керівництво

1. Організаторами Конкурсу є громадська організація «Всеукраїнський громадський дитячий рух «Школа безпеки» (далі – ВГДР «Школа безпеки»).

2. Конкурс проводиться за сприяння:

- Державної служби України з надзвичайних ситуацій (за згодою);
- Міністерства молоді та спорту України (за згодою);
- Міністерства освіти і науки України (за згодою);
- Інституту державного управління та наукових досліджень з цивільного захисту ДСНС України (за згодою);

- Інституту проблем виховання НАПН України (за згодою);

- Всеукраїнського часопису для дітей «Я сам/А» (за згодою).

3. Регіональні організатори Конкурсу:

- регіональні відділення (відокремлені підрозділи) ГО «ВГДР «Школа безпеки»;

- головні управління (управління) ДСНС України в областях та м. Києві (за згодою);

- навчально-методичні центри цивільного захисту та безпеки життєдіяльності областей і м. Києва (за згодою);

- департаменти (управління) освіти і науки, молоді та спорту обласних і Київської міської державних адміністрацій (за згодою);

- структурні підрозділи з питань цивільного захисту обласних державних адміністрацій (за згодою);

- територіальні громади (за згодою).

4. Організатори Конкурсу можуть залучати до його проведення інших партнерів та спонсорів.

5. Для загального керівництва підготовкою та проведенням Конкурсу на всіх етапах створюється Організаційний комітет (далі – Оргкомітет).

III. Учасники

1. Учасниками Конкурсу є діти та молодь.

2. Вікові категорії учасників:

– молодша – 5–10 років

– середня – 11–14 років

– старша – 15–17 років

– молодь – 18–35 років

3. До участі в Конкурсі у номінаціях «Відеофільм соціальної реклами», «Анімаційний фільм»/«Короткометражний фільм», «Авторська пісня» можуть бути подані як індивідуальні, так і колективні роботи; в усіх інших – лише індивідуальні.

IV. Терміни та порядок проведення

1. Конкурс проводиться у три етапи:

I етап – місцевий: у закладах загальної середньої та позашкільної освіти, громадах, молодіжних центрах – **протягом квітня** поточного року;

II етап – регіональний: обласні та Київський міський етапи Конкурсу – **протягом травня-червня** поточного року;

III етап – Всеукраїнський (фінальний): **протягом серпня – жовтня** поточного року.

2. Роботи переможців та призерів у всіх вікових категоріях і номінаціях регіонального етапу Конкурсу (обласних, Київського міського) подаються на III Всеукраїнський (фінальний) етап Конкурсу **до 1 липня** поточного року.

3. Нагородження переможців III (фінального) етапу Конкурсу – до 1 грудня поточного року.

4. Роботи, подані на Конкурс, мають бути виконані в рік проведення конкурсу і незалежні від прав на них третіх осіб (сторін).

V. Умови проведення

1. Конкурс проводиться за номінаціями:

1.1. Прозовий твір

1.2. Поетичний твір

1.3. Малюнок

- 1.4. Плакат соціальної реклами
- 1.5. Ілюстрація до літературного твору
- 1.6. Рукоділля
- 1.7. Відеофільм соціальної реклами
- 1.8. Анімаційний фільм/Короткометражний фільм
- 1.9. Комп'ютерна навчальна презентація
- 1.10. Фотографія
- 1.11. Авторська пісня

VI. Тематика робіт

1. Довільна тема, пов'язана з безпекою в будь-якій сфері людського життя (орієнтовні варіанти тем у **додатку**).

2. Пріоритетна тематика Конкурсу-2024:

«Діємо разом – наближаємо Перемогу!»;

«Школа безпеки»: 25 років на варті безпеки!»;

«Я гордий тим, що українець/українка».

VII. Вимоги до робіт

1. У номінації **«Прозовий твір»** роботи можуть бути виконані за жанрами: оповідання, розповідь, казка, замальовка, етюд, новела, нарис, есе тощо. У номінації **«Поетичний твір»** – вірш, поема, байка, віршована казка тощо.

Роботи в номінаціях **«Прозовий твір»** та **«Поетичний твір»** подаються на Конкурс у цифровому форматі.

Твори подаються українською мовою; обсяг – до 3-х друкованих аркушів; формат А4, текстовий редактор Word для Windows; шрифт Times New Roman; кегль (розмір шрифту) – 14; міжрядковий інтервал – 1,15; без переносів; вирівнювання тексту за шириною сторінки.

На першому аркуші угорі по центру великими літерами вказується назва роботи; нижче праворуч – прізвище, ім'я автора, вік, повна назва закладу/установи, область; нижче через два рядки – текст роботи.

2. Роботи у номінаціях **«Малюнок»** та **«Плакат соціальної реклами»** подаються в **оригіналі та цифровому знімку** (файл у форматі JPEG, PNG, з

мінімальним розміром пікселя 2480 x 3508), у довільній графічній чи живописній техніці, у форматі А3 (297 x 420 мм), не оформлюються рамкою; мають бути на твердій основі (картон). На зворотному боці роботи потрібно зазначити: назву, прізвище, ім'я, вік автора, повну назву закладу/установи, область.

Роботи у номінації «Плакат соціальної реклами» обов'язково мають містити гасло, заклик, афоризм.

Роботи у номінаціях «Малюнок» та «Плакат соціальної реклами» можуть містити супровід (вірш, афоризм, прислів'я, стислі розповіді та інші пояснювальні тексти).

3. Роботи в номінації **«Ілюстрація до літературного твору»** подаються в **оригіналі та цифровому знімку** (файл у форматі JPEG, PNG, з мінімальним розміром 2480 x 3508 пікселів), у довільній графічній чи живописній техніці, форматі А4 (210 x 297 мм); не оформлюються рамкою, на твердій основі (картон).

Конкурсант подає не менше, ніж три ілюстрації за сюжетом одного твору до авторських робіт.

На зворотному боці роботи потрібно зазначити: назву, прізвище, ім'я, вік автора, повну назву закладу/установи, область.

4. Роботи в номінації **«Рукоділья»** подаються в **оригіналі та цифровому знімку** (файл у форматі JPEG, PNG, з мінімальним розміром 2480 x 3508 пікселів), у вигляді скульптури, м'якої іграшки, технічної моделі, макетів, жанрових композицій, а також способами випилювання, випалювання, вишивання, шиття, в'язання, розпису або різьби по дереву, ліплення з глини, пластиліну, тіста, аплікації, макраме, бісероплетіння, оригамі, соломки тощо. Можуть мати супровід: вірш, афоризм, прислів'я, стислі розповіді та інші пояснювальні тексти.

На зворотному боці роботи потрібно зазначити: назву, прізвище, ім'я, вік автора, повну назву закладу/установи, область.

5. Роботи в номінаціях **«Відеофільм соціальної реклами»**, **«Анімаційний фільм»/«Короткометражний фільм»** подаються на Конкурс у цифровому форматі, тривалістю не більш ніж 5–7 хвилин, full hd 1920×1080

якості; на початку відео вказується назва роботи, прізвище, ім'я, вік автора/авторів, повна назва закладу/установи, область.

6. Роботи в номінації **«Комп'ютерна навчальна презентація»** подаються у цифровому форматі, обсягом до 20 слайдів; на першому слайді вказується назва роботи, прізвище, ім'я, вік автора, повна назва закладу/установи, область.

7. Роботи в номінації **«Фотографія»** подаються в оригіналі та цифровому знімку (файл у форматі JPEG, PNG, з мінімальним розміром 2480 x 3508 пікселів), форматом А4 (20 x 30 см), можуть мати супровід: вірш, афоризм, прислів'я, ілюстрації, стислі розповіді та інші пояснювальні тексти.

На зворотному боці роботи потрібно зазначити: назву, прізвище, ім'я, вік автора, повну назву закладу/установи, область.

8. Роботи в номінації **«Авторська пісня»** подаються на Конкурс українською мовою у цифровому форматі – аудіозапис авторської пісні у форматі MP3 (до 3-х хвилин) та текст пісні на аркуші формату А4, текстовий редактор Word для Windows; шрифт Times New Roman; кегль (розмір шрифту) – 14; міжрядковий інтервал – 1,15; без переносів; вирівнювання тексту за шириною сторінки.

На першому аркуші угорі по центру великими літерами вказується назва роботи; нижче праворуч – прізвище, ім'я, вік автора/авторів, повна назва закладу/установи, область; нижче через два рядки – текст пісні.

VIII. Визначення та нагородження переможців

1. Переможців визначає журі Конкурсу на основі оцінювання робіт учасників за визначеними критеріями.

2. Склад журі та порядок його роботи визначає Оргкомітет Конкурсу на Всеукраїнському та регіональному етапах.

3. Оцінювання робіт за відповідними критеріями відбувається за 12-бальною системою.

4. Критерії оцінювання:

- актуальність та відповідність тематиці конкурсу;
- змістовність та повнота розкриття обраної теми;

- відповідність віковій категорії;
- творчий підхід (заборонено копіювання, запозичення тощо);
- рівень майстерності та техніка виконання;
- грамотність;
- культура оформлення роботи (охайність, відповідність вимогам).

5. Рішення журі оформлюється протоколом.

6. Переможці та призери Всеукраїнського (фінального) етапу Конкурсу нагороджуються дипломами та призами.

7. Журі має право:

- визначати кількість призових місць;
- присуджувати Гран-прі; спеціальні призи, в тому числі викладачам, керівникам за підготовку конкурсантів та участь у конкурсі;
- встановлювати окремі номінації;
- подавати пропозиції до Оргкомітету щодо відзначення учасників заохочувальними подарунками, призами глядацьких симпатій.

ІХ. Фінансування

1. Фінансування заходів, пов'язаних з організацією та проведенням Конкурсу, здійснюється за рахунок його організаторів (за умови наявності затверджених в установленому порядку кошторисних призначень на зазначену мету), партнерів та спонсорів, внесків юридичних і фізичних осіб та інших джерел, не заборонених законодавством України.

2. Реклама, торговельні знаки та символіка державних, громадських, комерційних структур, юридичних і фізичних осіб, які зробили внески в організацію, підготовку та проведення Конкурсу, використовуються при художньому оформленні його заходів згідно із законодавством України.

Х. Прикінцеві положення

1. Для участі у III етапі (фінальному) Конкурсу регіональним оргкомітетам необхідно:

1.1. Направити на e-mail: bezpekavzhitti@gmail.com витяг з протоколу засідання журі про визначення переможців та призерів.

1.2. Заповнити Google-форму (за QR кодом або посиланням) та завантажити до неї цифровий варіант усіх конкурсних робіт (кожну окремо).

1.3. Роботи в номінаціях «Відеофільм соціальної реклами», «Анімаційний фільм»/«Короткометражний фільм» розмістити на YouTube або інших інтернет-ресурсах з відкритим доступом та відповідне посилання зазначити в Google-формі.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdetN7aTojGPiAAaXq2b9J6LOndZe3TNrsTGqTP9-UcX8fELQ/viewform?usp=sf_link

1.4. Оригінали робіт у номінаціях «Малюнок», «Плакат соціальної реклами», «Ілюстрація до літературного твору», «Рукоділля», «Фотографія» надсилаються до Оргкомітету поштою (04074, м. Київ, вул. Вишгородська, 21, ГО «ВГДР «Школа безпеки», на Конкурс) з доставкою за рахунок відправника або будь-яким іншим способом за попереднім узгодженням з Оргкомітетом (e-mail: bezpekavzhitti@gmail.com, тел.: +38050-477-60-29).

2. Роботи, оформлені з порушенням вимог, що зазначено у розділі VII цього Положення, до розгляду не приймаються.

3. Надіслані на Конкурс роботи авторам не повертаються. Організатор Конкурсу зберігає за собою право використовувати їх у проведенні виставок, аукціонів; у виробництві поліграфічної та сувенірної продукції; підготовці та виданні інформаційних матеріалів, публікацій, а також може розміщувати на сайті Організатора та партнерів Конкурсу без обмеження терміну використання.

4. Кращі роботи літературного напрямку можуть бути запропоновані для створення в подальшому серії книг «Автори – діти».

5. Хід проведення, результати та підсумки Конкурсу висвітлюються в медіа, на сайтах організаторів і партнерів, у соціальних мережах, зокрема на сторінці Facebook ГО «ВГДР «Школа безпеки»

<https://www.facebook.com/schoolofsafety.ua>

6. Організатори Конкурсу мають право вносити зміни та доповнення до Положення.

*Додаток до Положення про
Всеукраїнський конкурс дитячо-юнацької
творчості «Безпека в житті – життя у
безпеці», 2024 рік*

Тематика робіт на Конкурс

- «Діємо разом – наближаємо Перемогу!»
- «Школа безпеки»: 25 років на варті безпеки!»
- «Я гордий тим, що українець/українка»
- «Збережемо планету від сміття»
- «Будьмо обережні на воді!»
- «Легко запалити – важко загасити»
- «Вогонь – наш друг, вогонь – наш ворог»
- «Безпека на дорогах і транспорті»
- «Сам удома»
- «Безпека в побуті»
- «Будь обережним: вибухонебезпечні предмети»
- «Протимінна безпека»
- «Булінг, стоп!»
- «Безпека дітей в Інтернеті»
- «Не жартуй з вогнем у лісі!»
- «Небезпека надмірним захоплення комп'ютерними іграми»
- «Небезпечні розваги» (безпека на атракціонах, вуличних іграх)
- «Безпечне поводження з тваринами»
- «Рятувальник очима дітей»
- «Мить із життя рятувальника»
- «Юний рятувальник завжди прийде на допомогу»
- «Правила безпеки вивчай – іншим у біді допомагай!»
- «Першу допомогу вмію надавати, бо мене навчили інших рятувати»
- «Маю право! Знаю! Дію! Захищаю!»;

«Ми обираємо здоров'я, ми обираємо життя»

«Юний рятувальник зі спортом на «ти»

«Чорнобиль: трагедія, подвиг, пам'ять»

«Я – за мир і безпеку!»

«Ми – проти війни!»

«Борітеся – поборете!» (Т. Шевченко)

«Коли настане день, закінчиться війна...»

«Честь і слава ЗСУ»

«Волонтери рятують життя»

«Школа безпеки» на захисті держави: навчаємо і виховуємо дітей – майбутнє і сьогодення нації».

Додаток 13

Квест «Європейський лабіринт»

Мета: сприяння розширенню знань про Європу та Європейський союз, загальноєвропейські цінності, підвищення рівня культури, естетичних та патріотичних почуттів дітей та учнівської молоді.

Завдання:

- розвивати у дітей прагнення бути свідомим громадянином України, громадянську позицію, причетність до європейських цінностей;
- розширити кругозір та знання учнів про країни Європейського Союзу;
- виховувати повагу до національних, духовних, культурних надбань народів Європи
- створити умови для ефективної роботи в команді, поглибити та систематизувати знання учнів про країни Європи;
- розвивати творчі здібності учнів, пізнавальну активність, логічне мислення; виховувати повагу до національних, духовних, культурних надбань європейських народів.

Категорія учасників: учні загальноосвітніх навчальних та позашкільних закладів

Вік учасників: учні 6–8 класів, команди до 10 осіб

Тривалість: до 1 години

Форма та методи проведення: пізнавально-розважальна програма з елементами КТС

Організатори: учасники Євроклубу або старшокласники, учнівське самоврядування школи, дитячого об'єднання

Місце проведення та обладнання: спортивна або актовна зала, територія біля закладу, де вільно розташовані ігрові локації на яких розміщені конверти із завданнями.

Ведучий: Сьогодні я пропоную вам здійснити казково-пригодницьку подорож у формі квесту. Чи знаєте ви, що таке квест? (*Відповіді дітей*). Слово *квест* походить від англ. *Quest* – пошук, пошуки пригод. Квест – це інтелектуальні перегони-змагання, основою якого є послідовне виконання командами або окремими гравцями заздалегідь підготовлених завдань.

Ведучий 1: Отож, шановні учасники, правила квесту!

1. Всі учасники квесту розділяються на дві команди, обирається капітан.
2. Кожна команда отримує свій маршрутний лист і проходить станції згідно свого маршруту. Команди отримують однакові маршрутні листи, але послідовність маршрутів різна. (*Додаток 1*)
3. Координатори на кожній станції, після виконання завдання, роблять відмітку у маршрутному листі (час виконання завдання або кількість набраних балів).
4. Завдання від координатора квесту команда отримає лише тоді, коли усі її члени будуть присутні на пункті! Тому не відставай і допомагай іншим!
5. За кожне виконане завдання команди отримують від 1 до 10 балів у залежності від складності та «ціни» запитання. Координатор фіксуватиме командний залік.

6. Для того, щоб команда стала переможцем, усім її учасникам потрібно першими пройти усі «станції», виконати завдання правильно і якомога швидше дістатися фінішу. Команда, яка прийде до фінішу першою отримає додатково 5 балів.

7. Після проходження 9 локацій, команда повинна здати маршрутний лист координатору гри.

Ведучий: Ви будете змагатися не в звичайному квесті, а в євроквесті. Тому що подорожувати ми будемо чарівними країнами Європи.

Україна – європейська країна. Ми завжди тяжіли до співпраці з іншими європейськими країнами, переймаючи їхній досвід та віддаючи власні надбання. І сьогодні під час нашого уроку, присвяченого Дню Європи, хотілося б ще раз згадати про красу Європи та її взаємозв'язок з Україною.

Додаткова інформація

Європейський Союз – це організація, яка об'єднує 27 демократичних європейських країн. Країни, що входять до його складу, заснували спільні органи управління, яким делегована частина повноважень, завдяки чому стало можливим приймати рішення з певних питань, які становлять спільний інтерес на європейському рівні. Ідея створення цієї організації була задумана для того, щоб більше ніколи не повторилися масові вбивства та руйнації, що відбувалися під час Другої світової війни. Вперше цю ідею запропонував Міністр закордонних справ Франції Роберт Шуман у промові 9 травня 1950 року. Цей день став днем народження Європейського Союзу і тепер щороку святкується як День Європи.

Прапор ЄС. Історія створення прапора припадає на 1955 рік. Тоді Європейський Союз існував лише у вигляді Європейського об'єднання, до якого входило шість країн. Довго йшло обговорення ескізу прапора. Згодом було прийнято нинішній варіант – коло з 12 золотих зірок на блакитному тлі. Число зірок не має нічого спільного з кількістю країн – членів організації. У різних традиціях «12» є символічним числом, що означає абсолютну

досконалість. Це також і кількість місяців року, і кількість цифр на циферблаті годинника, тоді як коло є ще і символом єдності.

Європейський гімн. У широкому значенні – це гімн не лише Євросоюзу, але й усїєї Європи. Музика гімну взята з дев'ятої симфонії, яку Людвіг ван Бетховен написав у 1823 році. У фінальній частині своєї симфонії Бетховен поклав на музику «Оду до радості», написану у 1785 році Фрідріхом фон Шіллером. У цьому вірші знайшла відгук ідея братання народів, яку поділяв і Бетховен. У 1972 році Рада Європи схвалила бетховенську тему «Оди до радості» як свій гімн. У 1985 році гімн було схвалено президентами та главами урядів країн ЄС як офіційний гімн ЄС. *(Учні прослуховують гімн ЄС).*

Ведучий: Бажаємо всім учасникам вдалих стартів і наполегливої боротьби у змаганнях, доброї настрою і чудових вражень від гри! *Капітани, отримайте маршрутні листи.*

Ведучий: *Давайте підіб'ємо підсумки нашого квесту «Європейський лабіринт». Підрахуймо ж кількість балів, які отримала кожна команда протягом нашої гри-подорожі.*

Ви сьогодні були активними, кмітливими, спритними. Завершується наша подорож. Ми побували лише у кількох країнах, але на цьому наші мандрівки не завершуються. Подорожувати країнами Євросоюзу ми будемо й надалі. *(Нагородження команд).*

Ведучий: Я переконана, що наша держава може з впевненістю просуватися до єдиного європейського простору, бо здатна зробити вагомий внесок у розбудову нової об'єднаної Європи. Наше місце — в Європейському Союзі. Наша мета — Україна в Об'єднаній Європі. У Європі — історичний шанс України розкрити свої можливості. Кожен крок до Європи — це нові можливості для мільйонів українців. Ми — вже не «узбіччя» Європи. *Ми знаходимося у центрі Європи, і лише в єдності сила Європи.*

(Додаток 1)

Локації

1. Міста Європи – країна.
2. Пам'ятники – країна.
3. Казки Європи.
4. Природа Європи.
5. Країна – Столиця.
6. Відомі постаті: ім'я – країна – внесок.
7. Кухня Європи.
8. Ігри народів Європи.
9. Бліц. 10 питань за 1 хвилину.

(Додаток 2)

Локація «Бліц. 10 запитань за 1 хвилину»

1. Хто з князів віддав у дружини французькому королеві свою доньку Анну? Цього князя ще називають тестем всієї Європи. (Ярослав Мудрий)
2. Якого давньогрецького героя прославили 12 подвигів? (Геракл)
3. Яка найвідоміша та найвища споруда Парижу? (Ейфелева вежа)
4. Залишки цього амфітеатру можна побачити в Римі? (Колізей)
5. Це найвідоміший годинник Лондона? (Біг Бен)
6. Що традиційно викидають з вікон на новий рік в Італії? (старі речі)
7. Шведська письменниця, яка написала (вигадала) про Карлсона? (Астрід Лінгрен)
8. Найвідоміший датський казкар? (Г.-Х. Андерсен)
9. Столицею якої держави є Рим? (Італія)
10. Як називається найбільший французький музей (Лувр)
11. У якому місті знаходиться штаб-квартира Європейського Союзу? (Брюссель)
12. Скільки золотих зірок на прапорі Європи? (12)

Локація «Країна – Столиця»

Ведучий: Перед вами світлини столиць європейських країн. Назвіть їх та країну. Для кращої візуалізації можна розташувати на «сушарці» (на великому стенді або на мотузці).



1- Париж (Франція), 2-Прага (Чехія), 3-Варшава (Польща), 4-Рим (Італія), 5-Київ (Україна), 6-Лондон (Великобританія), 7-Відень (Австрія)

Локація «Казки Європи»

Ведучий: Однією з «найчарівніших країн», яку відвідує кожна дитина, є країна казок. Сьогодні ми з вами спробуємо розкрити таємниці літературних казок, авторами яких є прекрасні казкарі Європи. Завдяки своїм творам вони стали відомими в усьому світі. Герої цих казок цікаві дітям багатьох поколінь.

Питання.

1. Яке незвичайне дзеркало змайстрував злющий троль в казці Г.-Х. Андерсена «Снігова королева»? (Воно все викривляло: добре і прекрасне зменшувалось, гидке і погане збільшувалось)
2. Як звали ватажка вовчої зграї в книзі Р. Кіплінга «Мауглі»? (Акела)
3. Як звали kota, що вмів зникати по частинах, у відомій казці «Аліса в країні чудес» англійського письменника Льюїса Керола? (Чеширський кіт)
4. Що сталося з Піноккіо після того, як він почав брехати? (Виріс довгий ніс)
5. Назвіть героїв казкового світу, для яких метелики виконують функцію коней? (Ельфи)
6. Герой якої казки літав над дахами на своєму другові, який вважав себе найкращим у світі чоловіком? (Малюк літав на Карлсоні у казці Астрід Ліндгрєн)
7. Ягідка, яка стала графінею у казці італійського дитячого письменника Джанні Родарі. (Вишенька)
8. Як звали героїню казки, яка подорожувала країною Чудес? (Аліса)
9. В якій казці братів Грімм було дзеркало, яке говорило? («Білосніжка»)
10. Про якого лицаря-невдачу розповів світу іспанський письменник Сервантес? (Дон Кіхот)

Локація «Кухня Європи»

Ведучий: На цій локації учасникам команд пропонується відгадати назви національних страв. Почали!

1. Це традиційна українська страва, хоча виготовляють та люблять її й інші (німці, поляки, чехи, румуни). В Україні зазвичай цю страву готують на Великдень та Різдво. Необхідними компонентами цієї страви є м'ясо, часник та перець. Сама страва продовгувата, витягнута за формою і дуже смачна. (Домашня ковбаса)

2. Вони бувають різні за розмірами та формою. У перепілки вони маленькі та в цяточку, а у страуса – великі та міцні. У різних країнах їх традиційно смажать, варять, а у нас вони фаршировані. (Яйця)

3. Цей кулінарний витвір має здебільшого прямокутну форму. Страва названа на честь відомого французького діяча й полководця. Ця страва дуже солодка та смачна. (Торт «Наполеон»)

4. Для виготовлення цього традиційного українського напою беруть фрукти і ягоди, заливають водою, варять, додають мед чи цукор. Цей напій обов'язково готують до Різдва. (Узвар)

5. Яка держава є світовим лідером виноробства? (Італія)

6. Яка найбільш типова страва італійської кухні? (Піца, спагеті)

Локація «Природа Європи»

1. Які країни з'єднує тунель через протоку Ла-Манш? (Великобританію та Францію)

2. Столиця європейської держави, через яку протікає річка Вісла? (Варшава)

3. Який гірська система розділяє Європу та Азію? (Уральські гори)

4. Який найбільший острів у Середземному морі? (Сицилія)

5. Яке місто відоме як «Місто кохання» та «Місто вогнів»? (Париж)

6. Яка країна відома своїми фіордами та спадщиною вікінгів? (Норвегія)

7. Яка річка протікає через столиці Відень, Братиславу, Будапешт та Белград? (Дунай)

8. Ця невелика держава-місто знаходиться посеред Риму? (Ватикан)

9. За давньою легендою, на цій горі, що знаходиться в Греції, жили давньогрецькі боги? (Олімп)

10. Що у Венеції замінює вулиці? (канали з водою).

Локація «Ігри народів Європи»

Ведучий: Сьогодні ми з Вами познайомимось з іграми, які передаються від покоління до покоління, від одного народу до іншого. Пропонуємо кілька цікавих рухливих забав для веселого проведення дозвілля разом із друзями на вулиці чи вдома.

Англійська гра «Рибка-кит»

Англійці люблять і добре знають море, складають про нього казки, легенди, пісні, ігри. У просторій кімнаті поставте по колу стільці. Їх має бути на один менше за кількість учасників гри. Кімната – це «море», а кожен, хто сидить на стільці, – Рибка: Оселедець, Окунь, Тріска... Тільки бідолашний Кит без місця, плаває між «рибок» і одну за одною кличе з собою («рибки» встають зі стільців і ходять за Китом). Невдовзі вже цілий табунець за ним увивається. Аж тут Кит гукає: «На морі буря!» І кожна Рибка повинна швидко зайняти своє місце. Хто не встиг – стає Китом.

Італійська гра «Водоноси»

Італія – спекотна південна країна. Там дуже часто виникають посухи, з якими люди навчилися боротися давно, копаючи канали та зрошуючи виноградники і поля. Поділіться на дві команди. Перед кожною поставте відерце з водою і горнятко чи блюдце, а за кілька кроків від них – дві пляшки. Після сигналу ведучого розпочинайте гру: перші учасники обох команд зачерпують воду і біжать до своїх пляшок. Виливши у них воду, повертаються назад, щоби передати естафету другові. Та команда, яка наповнить свою пляшку першою, здобуде перемогу.

Іспанська гра «Кошик із фруктами»

Іспанія – країна садів. Тут скрізь росте виноград, щедро родять апельсини, персики, гранати, лимони. Діти сідають у коло. Кожен обирає собі назву фрукта: хтось Персик, хтось Апельсин, а хтось Лимон. У центрі стоїть Покупець із кошиком і, наприклад, гукає: «Апельсине і Лимоне, до мене!» Ті, що обрали собі назви цих фруктів, повинні швидко помінятися місцями. Але Покупець також гав не ловить – може одразу ж зайняти чиєсь місце. Хто не встиг сісти, той стає Покупцем.

Локація «Пам'ятки – Країна»

Ведучий: Перед вами світлини відомі пам'ятки європейських країн. Назвіть їх та країну. Для кращої візуалізації можна розташувати малюнки на великому стенді, на мотузці, прикріпити на дошці тощо.





1. Музей Лувр (Париж).
2. Пам'ятник Русалочці (Копенгаген). 3. Пізанська вежа (Італія). 4. Стоунхендж (Англія). 5. Замок Нойшванштайн (Німеччина).
6. Венеція (Італія).

Локація «Країна – Столиця»

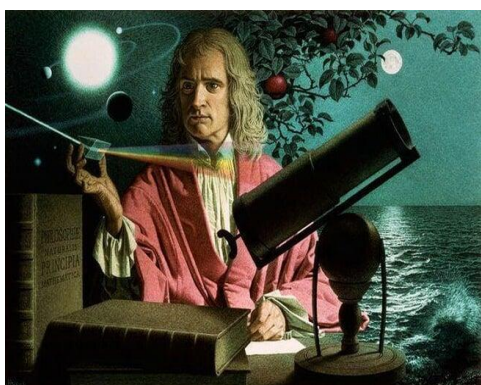
Ведучий: Командам необхідно, за допомогою карток, знайти відповідності «Європейська Країна – Столиця»

Європейська країна	Столиця
Україна	Лондон
Велика Британія	Париж
Франція	Київ
Іспанія	Варшава
Італія	Берн
Австрія	Амстердам
Швейцарія	Мадрид
Данія	Рим
Нідерланди	Відень
Греція	Афіни
Чехія	Прага
Польща	Копенгаген

Локація «Відомі постаті: ім'я – країна – внесок»

Ведучий: перед вами світлини відомих постатей, які внесли особистий внесок в історію, культуру, науку, спорт. Їх знають та шанують у всьому світі. Назвіть їх ім'я, внесок, країну.

1. Жанна Д'Арк (Франція).
2. Княгиня Ольга (Київська Русь).
3. Христофор Колумб (Іспанія).
4. Ганс Християн Андерсен (Данія).
5. Ісаак Ньютон (Англія).
6. Група «Бітлз» (Великобританія).
7. Андрій Шевченко (Україна).



ВИРОБНИЧО-ПРАКТИЧНА ПРОДУКЦІЯ

Окушко Тетяна Костянтинівна,
Харченко Наталія Вікторівна,
Федоренко Світлана Вікторівна,
Пащенко Олена Вікторівна,
Шпиг Наталія Олександрівна,
Кирєєва Анжела Петрівна

Формування цифрових компетенцій у дитячих громадських об'єднаннях: практичний інструментарій

методичний посібник

Комп'ютерна верстка –Окушко Т. К.
Обкладинка –Харченко Н. В.

ISBN 978-617-8011-96-3

DOI <https://doi.org/10.32405/978-617-8011-96-3-2024-212>

В авторській редакції

Формат 60x84 1/16. Папір офсетний.
Друк цифровий.
Гарнітура Times New Roman
Умови, друк. арк. 12,32,
Обл. вид. арк. 8,0
Наклад 100 прим.
Зам. № 013/12/24

ВИДАВНИЦТВО

«НАІР»

Івано-Франківськ, вул. Височана, 18,
Тел. (050)433-67-93
e-mail: fedorynrr@ukr.net

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
№ 4191 від 12.11.2011 р.