Долоньки

Учасники об'єднуються у дві групи. Одна група утворює внутрішнє коло, друга – зовнішнє. Учасники розташовуються один навпроти іншого так, щоб у кожного була пара. На першому етапі завдання всі учасники одночасно та ритмічно грають у всім відому гру «Ладоньки»: 1 – плеск у долоні, 2 – дві долоні паралельно плескають об долоні партнера, 3 – плеск у долоні, 4 – права рука піднімається догори, 5 – плеск у долоні, 6 – ліва рука піднімається догори, 7-8 – зовнішнє коло робить крок вправо, і партнери змінюються. Гра триває у тому ж самому ритмі без зупинок до тих пір, доки всі учасники не повернуться на свої місця.

Обговорення.

Учасники обмінюються своїми емоціями.

Аналогія з мережею Інтернет.

Інтернет – швидкий та потужний ресурс, який досить важко «наздогнати». Крім того, ця вправа яскраво демонструє, що лише завдяки командній діяльності можна досягти результату – не програти.

Квітка

Тренер заздалегідь готує ватман А-1 із зображенням квітки, але без пелюсток.

Учасникам роздаються різнокольорові стікери, на яких вони пишуть свої очікування. Потім учасники по черзі підходять до квітки, голосно озвучують свої очікування (або не озвучують, в залежності від рівня згуртованості учасників тренінгу) та наклеюють свій стікер.

Таким чином квітка «обростає» яскравими пелюстками. Як варіант, це може бути «риба»; стікери із очікуваннями наклеюються у вигляді луски. Також це може бути і «посів» у вигляді «насінин» своїх очікувань. У такому варіанті цей ватман дуже знадобиться наприкінці тренінгу під час підбиття підсумків, коли учасники матимуть змогу одразу «повісити» плоди на дерево «результату тренінгу». Таким чином, очікування учасників та результати будуть наочно демонструвати ефективність тренінгу.

Кубик

Тренер до початку тренінгу готує 7 аркушів паперу форматом А-4, на яких пише великі цифри від 1 до 7. Ці аркуші тренер розклеюєв різних кутках кімнати, але так, щоб усі учасники мали змогу їх побачити. Не можна розміщувати цифри у порядку їх лічби: 1 не може бути поруч із 2.

Тренер декілька разів наголошує на тому, що зараз учасники візьмуть участь у грі.

Тренер повідомляє, що для кожного із учасників він мав підготувати сувенірну продукцію, але виявилося, що їх на тренінг з'явилося більше, аніж тренер планував, і тому деякі учасники мусять залишитися без подарунків. Але все повинно бути по-чесному, і тому зараз треба буде вирішити, хто ж саме додому піде без подарунка. Учасникам пропонується обрати будь-яку цифру, яка, на їхню

думку, буде щасливою для них. Під час гри суворо забороняється розмовляти та підказувати один одному: кожен грає мовчки.

Після того, як учасники обрали свої цифри, тренер ще раз наголошує на тому, що під час гри не можна розмовляти, і дістає кубик.

Тренер говорить, що за допомогою кубика він і обере ту групу, яка не отримає сьогодні подарунка.

Тренер підкидає кубик і підходить до групи, яка обрала ту цифру, що випала на кубику.

Тренер звертається лише до членів цієї групи: «Які ваші враження?», «Як ви гадаєте, що зараз думають інші учасники тренінгу?». Потім тренер каже, що це була репетиція, і тому учасники цієї команди мають можливість змінити цифру. Після цього тренер пропонує змінити цифру всім учасникам, які мають таке бажання. Коли вибір зроблено, тренер знову підкидає кубик і звертається до команди, цифра якої випала на кубику: «Які ваші враження?», «Як ви гадаєте, що зараз думають інші учасники тренінгу?». Тренер повідомляє гарну новину: це була ще одна спроба, і учасники ще раз можуть змінити цифру.

Гра триває до тих пір, доки тренер не помітить, що учасники під цифрою «7» не змінюють свого місця. І не даремно – на кубику немає цифри 7! У цей момент тренер перериває гру і звертається до учасників, що обрали цифри «2», «3», «5»: «Що ви відчували кожного разу, коли я підкидав кубик?» Учасники зазвичай будуть казати, що хвилювалися. Потім тренер звертається до учасників під цифрою «7» з тим самим запитанням. Але учасники, які обрали цю цифру, скажуть, що не турбувалися про те, яка цифра випаде на кубику, бо цифри 7 там немає!

Сенс гри полягає в тому, щоб учасники якомога швидше усвідомили правила цієї гри і перейшли до цифри 7. Для цього іноді треба багато спроб. Але гра того варта. Учасники міцно усвідомлять, що знання правил і дотримання їх – це різні речі, і тільки дотримання правил приносить винагороду. До речі, сувенірну продукцію отримують усі учасники, тому що це була просто гра.

Корова

Тренер об’єднує учасників у дві групи. Для цього можна використовувати декілька варіацій: перший – другий, два овочі або два фрукти. Учасники обирають з двох овочів чи фруктів улюблений, і тренер об’єднує учасників у дві команди. Учасники сідають на стільці по двоє спинами один до одного. Один із учасників отримує чистий аркуш паперу та олівець. Інший – заздалегідь підготовлений малюнок корови. Учасник, який має малюнок, не повинен показувати його своєму партнерові, а виключно словами передати зміст зображеного. Учасник, який має чистий аркуш паперу та олівець, повинен якомога точніше намалювати те, що буде казати його напарник, тобто зробити свою копію малюнка.

Задля гарної мотивації тренер повідомляє, що у випадку, коли оригінал і копія малюнка будуть дуже схожі або ідентичні, обидва переможці отримають приз, наприклад, мобільний телефон. Учасникам для роботи відводиться 3 хвилини.

Звісно, всі учасники змалювали корів, але малюнки мали відмінності.

Під час аналізу гри тренер не знайде двох однакових малюнків – всі вони будуть дуже різними.

Тренер запитує в учасника, який повинен був передати словами зміст зображення: «Чи це ти так радив малювати?», «Тоді чому твій напарник намалював зовсім не те, що ти йому говорив?». Потім тренер звертається до учасника, який малював: «Чи дійсно ти малював те, що він тобі казав? Чому ж тоді у вас неоднакові малюнки?». Учасники під час аналізу гри мають самостійно дійти висновку, що неможливо отримати однакові малюнки, бо кожен буде переказувати зміст зображеного та малювати по-своєму, адже у кожного своя уява.

Сенс гри полягає в тому, щоб усвідомити, що не можна довіряти інформації, отриманій лише завдяки одному органу чуття (в данному випадку – слуху). Тоді чому ми довіряємо інформації, яку отримуємо від співрозмовників у соціальних мережах? Ми не бачимо їх, не відчуваємо їхньої реакції, навіть не можемо бути впевненими, що фотографія та реальна людина по той бік екрана будуть схожі. Ми не знаємо, хто саме знаходиться по той бік монітора. Головне у грі – не забути, що учасники змагаються не за кращий малюнок, а за точність передачі зображення. Тому корова повинна бути зображена просто, схематично, аби учасники, котрі не мають художнього хисту, також мали змогу її відтворити.

Автобус

Учасники об’єднуються у дві команди.

Одна команда повинна розподілити ролі для імітації автобуса: водій, сидіння, кондуктор, склоочисники, фари, двигун, двері, кермо, пасажири, аптечка, квитки тощо. Учасники цієї команди повинні рухами показати одну-єдину картину – автобус, який рухається. Завдання для іншої команди – визначити ролі кожного учасника.

Обговорення.

- Чи легко було виконати це завдання? Чому?
- Чи легко було зрозуміти іншу команду? Чому?

Аналогія з Інтернетом.

Спілкуючись у соціальних мережах або за допомогою миттєвих повідомлень у мережі Інтернет, ми зустрічаємо цікаві, а іноді й незрозумілі нам слова та форми поведінки. Треба бути дуже уважним, аби знайти в цьому сенс. Іноді це дуже важко зробити, бо ми не можемо знати думок цих людей та мотивів їхньої поведінки. Тому у більшості випадків непотрібно приєднуватися до незрозумілих угрупувань.

Термінатор

Кількість учасників гри повинна бути кратна трьом. Тренер пояснює правила. Всі учасники беруть участь у грі. Вони отримують стікери різного кольору і наклеюють їх на свій одяг. Завдання полягає в тому, щоб не загубити і не втратити ці стікери. Тренер буде показувати на будь-кого з учасників та давати команди: «міксер!», «пральна машинка!», «слон!», «тостер!». На кожну команду всі учасники повинні виконати відповідні дії.

Наприклад, тренер показує на одного учасника та промовляє: «Міксер!» Учасник, на якого показав тренер, піднімає руки та промовляє голосно звук «вжик», а учасники зліва та справа рухаються навколо своєї осі під його руками. Усі інші пропорційно розміщуються по троє і також виконують ці дії.

Якщо лунає команда «пральна машинка!», учасник, на якого показав тренер, починає крутити головою, а ті, що знаходяться зліва та справа, руками роблять велике коло, в якому і крутить головою їхній партнер по грі. Всі інші учасники пропорційно розміщуються по троє і також виконують ці дії.

Команда «слон!», і учасник, на якого показав тренер, витягує вперед складені руки («хобот»), а учасники зліва та справа імітують руками великі вуха слона. Решта пропорційно розміщуються по троє і також виконують ці дії.

Звучить команда «тостер!», і учасник, на якого показав тренер, починає підстрибувати на одному місці, а учасники зліва та справа складають руки та піднімають їх вгору. Між цими руками і плигає «тост». Всі інші учасники пропорційно розміщуються по троє і також виконують ці дії. Тренер повідомляє тільки 2-3 обраним учасникам їхнє особливе завдання. Як тільки тренер скаже «термінатор!», ці учасники повинні якомога швидше забрати стікери в інших учасників.

Коли учасники добре зрозуміли правила гри і швидко орієнтуються після кожної команди, тренер несподівано для всіх дає команду «термінатор!». Звісно, більшість учасників не розуміє, яку саме дію треба виконувати. Але в цей час 2-3 учасники, які знають нюанси гри, користуючись розгубленістю решти учасників, швидко забирають стікери, які всі, згідно з правилами, повинні пильно берегти. У результаті більшість із них втратить свої стікери – їх заберуть «термінатори», яким із самого початку були відомі всі правила гри.

Обговорення.

- Чи сподобалася вам гра? Чому? (учасники не знали всіх правил).
- Чому ви не зберегли свої стікери? Що вам заважало?
- Чи незнання правил гри може виправдати той факт, що ви не

зберегли стікери, адже ви чітко знали умову гри: берегти стікери? *Аналогія з мережею Інтернет.*

У більшості випадків діти, відвідуючи сайти із дорослим або небажаним для них контентом, не усвідомлюють тих небезпек, на які можуть наразитися. Мета авторів цих сайтів – ввести дітей у такий психологічний стан, щоб вони втратили пильність. Оскільки діти не знають справжньої мотивації авторів цих сайтів, вони досить легко можуть потрапити у халепу.