

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Факультет журналістики
Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

СТВОРЕННЯ ЩОДЕННИКА ДЛЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДТРИМКИ

Кваліфікаційна робота
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри медіапродюсування
та видавничої справи

(підпис)

« ____ » _____ 2026 р.

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії

« ____ » _____ 2026 р.

Студентки групи ВСР6-1-22-4.0д
денної форми навчання
спеціальність: 061 «Журналістика»
освітня програма: 061.00.03
«Видавнича справа та редагування»
Калашник Єлизавети Ігорівни

Науковий керівник:
канд.філол.наук, доцент кафедри
медіапродюсування та видавничої
Яструбенко Олена Михайлівна

ЗМІСТ

Частина I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Резюме проєкту 3

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

Вступ..... 5

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Аналіз ринку та конкурентів 7

1.2. Аналіз цільової аудиторії 11

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЄКТУ

2.1. Загальна характеристика продукту 14

2.2. Редакційно-видавничий комплекс..... 17

2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту 20

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ВИДАННЯ НА РИНКУ

3.1. Розроблення концепції промоції видання 23

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 25

ДОДАТКИ 28

Частина I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Резюме проєкту

«Щоденник емоцій»: щоденник для психологічної саморефлексії / уклад. Є. І. Калашник. Київ, 2026. 104 с. : іл., укр.

«Щоденник емоцій» – друковане видання з елементами структурованого щоденника, створене як інструмент для щоденної емоційної саморефлексії та розвитку емоційної грамотності. Проєкт поєднує функції особистого щоденника, практичного видання для турботи про себе та засобу відстеження емоційного стану, орієнтованого на усвідомлення власних переживань, розвиток навичок самоаналізу та формування практик емоційної самопідтримки.

Видання має науково-популярний і просвітницький характер та призначене для широкої аудиторії без спеціальної психологічної підготовки. Читацька адреса: молодь, студенти, молоді фахівці, люди з підвищеним рівнем стресу та емоційного навантаження, а також користувачі, зацікавлені у практиках самоспостереження, емоційного благополуччя та розвитку емоційного інтелекту.

Концепція проєкту ґрунтується на створенні безпечного простору для фіксації емоцій, аналізу внутрішніх станів і формування навичок усвідомленого ставлення до власних переживань. Структура щоденника містить блоки для щоденних записів, рефлексивні запитання, практики емоційного усвідомлення, короткі психоосвітні матеріали та елементи відстеження емоційної динаміки.

Унікальність проєкту полягає в поєднанні мінімалістичного дизайну, структурованої системи саморефлексії та адаптації продукту до українського соціокультурного контексту. На відміну від більшості аналогічних видань, орієнтованих переважно на мотиваційний формат або висвітлення стилю життя, «Щоденник емоцій» зосереджується на розвитку емоційної грамотності, усвідомленому проживанні емоцій та підтримці психологічного благополуччя через регулярне ведення записів.

Соціальна значущість проєкту зумовлена зростанням потреби в інструментах емоційної самопідтримки в умовах хронічного стресу, інформаційного перевантаження та психологічної напруги. Проєкт може використовуватися як засіб щоденної саморефлексії, додатковий матеріал у практиці психологічного консультування, а також як складова частина освітніх програм.

Практична цінність проєкту полягає у створенні сучасного видавничого продукту, який поєднує функції щоденника, засобу відстеження емоційного стану та інструменту для турботи про психологічне благополуччя. У перспективі проєкт може бути масштабований у формат серії тематичних щоденників, цифрового застосунку або мультимедійного бренду.

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

Актуальність проєкту зумовлена зростанням потреби в інструментах емоційної самопідтримки та саморефлексії в умовах хронічного стресу, інформаційного перевантаження, емоційного виснаження та психологічної нестабільності. В умовах повномасштабної війни, постійного психоемоційного напруження, переживання травматичного досвіду й високого рівня тривожності особливої значущості набувають доступні практики емоційного усвідомлення та підтримання психологічного благополуччя.

Сучасна аудиторія дедалі активніше звертається до практик турботи про себе, усвідомленості, емоційної грамотності. Водночас український видавничий ринок має обмежену кількість видань, які поєднували б структуровану систему роботи з емоціями, психоосвітній компонент і сучасний візуальний формат. Більшість аналогів орієнтовані переважно на мотиваційний контент або є адаптаціями іноземних продуктів без урахування українського соціокультурного контексту.

Метою кваліфікаційної роботи є створення щоденника емоцій як інструменту психологічної саморефлексії, спрямованого на розвиток емоційної грамотності, усвідомлення власних емоційних станів і формування практик щоденної емоційної самопідтримки.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких **завдань**:

1. Дослідити сучасний ринок видань для психологічної підтримки.
2. Проаналізувати цільову аудиторію проєкту, її потреби та особливості медіаспоживання.
3. Дослідити конкурентне середовище та визначити особливості аналогічних продуктів.
4. Розробити концепцію щоденника емоцій і структуру видавничого продукту.
5. Створити візуальну концепцію, дизайн і систему навігації видання.

6. Розробити внутрішнє наповнення щоденника: рефлексивні блоки, практики емоційного усвідомлення та психоосвітні елементи.

7. Визначити техніко-економічні характеристики видання.

8. Розробити концепцію просування проєкту в цифровому середовищі.

У роботі використано такі методи дослідження: аналіз і синтез теоретичних джерел; порівняльний аналіз аналогічних видань; методи спостереження й узагальнення; елементи маркетингового аналізу цільової аудиторії; метод проєктування видавничого продукту; візуально-композиційний аналіз.

Практичне значення проєкту полягає у створенні сучасного друкованого видання, яке може використовуватися як інструмент щоденної саморефлексії, емоційного усвідомлення та розвитку емоційної грамотності. Результати роботи можуть бути використані у сфері створення видавничих продуктів, спрямованих на психологічну підтримку, проєктів із розвитку емоційної грамотності та психологічної просвіти, а також у практиці розроблення структурованих щоденників для саморефлексії та особистісного розвитку.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Аналіз ринку та конкурентів

У сучасному інформаційному суспільстві дедалі більшої популярності набувають практики, спрямовані на підтримання психологічного благополуччя, розвиток емоційної грамотності та формування навичок саморефлексії. Одним із найбільш доступних інструментів емоційної самопідтримки стали щоденники саморефлексії – друковані або цифрові видання, що поєднують елементи планера, психологічного трекера, мотиваційного контенту та практик емоційного усвідомлення.

Популярність таких продуктів зумовлена зростанням рівня стресу, інформаційного перевантаження, емоційного виснаження та потребою простих інструментів щоденної психологічної підтримки. Особливо актуальними ці практики стали в умовах соціальної нестабільності та постійної тривожності, спричиненими повномасштабною війною в Україні.

Сучасний ринок продуктів для підтримки психологічного стану охоплює широкий спектр друкованих і цифрових рішень: щоденники вдячності, структуровані щоденники для саморефлексії, щоденники усвідомленості, трекери настрою, планери особистісного розвитку, мобільні застосунки та інші інструменти для аналізу емоційного стану й розвитку навичок самоспостереження. Значна частина таких продуктів поєднує практичний, психологічний і візуальний компоненти, створюючи комплексний досвід взаємодії користувача з продуктом.

Одними з найбільш популярних прикладів на міжнародному ринку є щоденники «The Five Minute Journal», «Daily Stoic Journal», «The Self-Care Journal» та «Mindfulness Journal». Їхня популярність значною мірою пов'язана з поєднанням мінімалістичного дизайну, структурованої системи запитань, практик вдячності та коротких щоденних ритуалів саморефлексії.

На українському ринку також спостерігається зростання інтересу до подібних видань. Серед найбільш відомих прикладів – щоденники «6 хвилин», «6 хвилин сну», «Щоденник вдячності» та інші продукти, орієнтовані на

формування позитивних звичок, розвиток усвідомленості та емоційної рівноваги. Вони представлені в найбільших онлайн-книгарнях і маркетплейсах, мають стабільний попит.

Огляд сучасного ринку видань доцільно розпочати зі щоденника «6 хвилин» Домініка Спенста – одного з найпопулярніших на українському ринку. Основна ідея щоденника полягає у формуванні позитивних звичок і розвитку практики вдячності, що, відповідно до авторського задуму, має сприяти підвищенню рівня суб'єктивного благополуччя.

Назва «6 хвилин» безпосередньо відображає структурну модель видання: взаємодія користувача зі щоденником триває шість хвилин щодня – три хвилини вранці та три хвилини ввечері. Ранковий блок містить короткі запитання, пов'язані з усвідомленням вдячності, позитивними очікуваннями та формуванням внутрішніх установок на день. Вечірній блок орієнтований на коротку рефлексію щодо прожитого дня, фіксацію позитивних подій і власних досягнень. Додатково видання містить теоретичний блок із поясненням механізмів формування звичок, роботи мозку та принципів позитивного мислення.

Серед переваг цього продукту варто виокремити простоту використання, доступність для початківців у практиках саморефлексії, структурованість і лаконічний формат, який не потребує значних часових витрат. Важливу роль відіграє також мінімалістичне візуальне оформлення, що відповідає сучасним тенденціям. Водночас можна виділити й певні обмеження: у деяких книгарнях вартість щоденника є відносно високою, що впливає на його доступність, а для користувачів із досвідом психотерапії чи регулярних рефлексивних практик зміст видання може здаватися менш новим або надто базовим.

За даними платформи Amazon, продано понад три мільйони примірників щоденника «6 хвилин», що підтверджує його статус міжнародного бестселера.



Рис. 1.1

В Україні популярність продукту також простежується доволі чітко: видання представлено в топових категоріях онлайн-книгарень, зокрема Yakaboo та Книгарня Є, і має значну кількість позитивних відгуків. Популярність першого продукту зумовила появу пов'язаного видання – «6 хвилин сну», випущеного українським видавництвом BookChef.

Порівняно з основним щоденником, «6 хвилин сну» має більш нішевий характер. Попри схожу структуру – поєднання теоретичного блоку та системи ранкових і вечірніх записів – видання зосереджується переважно на темах якості сну, рівня енергії, сновидінь і щоденного самопочуття. Саме ця спеціалізація звужує потенційну аудиторію продукту. Хоча на платформі Amazon обидва видання мають подібні оцінки користувачів, кількість відгуків для «6 хвилин сну» є меншою, що може означати нижчий рівень зацікавленості. Водночас цей продукт радше виконує функцію доповнення до основного щоденника.



Рис. 1.2

Ще одним помітним прикладом на українському ринку є «Щоденник вдячності» бренду ORNER. Попри схожість концепції з продуктом Домініка Спенста, це видання не є його прямим аналогом. Окрім практики вдячності, структура щоденника передбачає оцінювання сну, самопочуття, настрою та формулювання цілей на день. Теоретичний блок у продукті представлений мінімально, натомість основний акцент зроблено саме на регулярній практиці ведення записів.

Популярність цього щоденника значною мірою зумовлена впізнаваністю бренду ORNER та високим рівнем довіри аудиторії до його продукції. Видання широко представлене на українських онлайн-платформах, зокрема Rozetka, Епіцентр та в онлайн-книгарнях, що забезпечує його доступність для споживача. Значна кількість позитивних відгуків і стабільна присутність у продажах дозволяють говорити про сформований попит на такі щоденники серед української аудиторії. До переваг видання можна віднести універсальність, зручний формат і доступність для широкого кола користувачів.

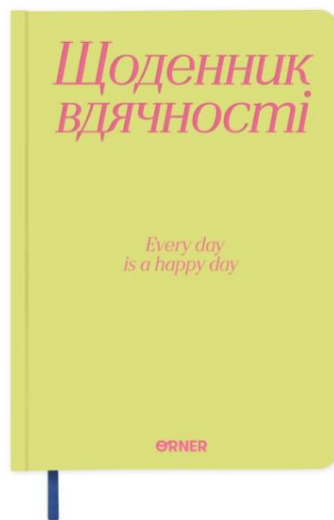


Рис. 1.3

Особливістю сучасного ринку видань для психологічної підтримки є поєднання функціональності та емоційного дизайну. Такі продукти виконують не лише практичну функцію записника чи планера, а й формують емоційний зв'язок із користувачем через візуальну айдентику, систему навігації, кольорову палітру та загальну атмосферу видання. У цьому контексті друкований щоденник стає не просто носієм інформації, а елементом щоденної емоційної практики.

Водночас значна частина представлених на ринку продуктів орієнтується переважно на мотиваційний формат без глибшої роботи з емоційною рефлексією. Значна кількість популярних щоденників є адаптаціями іноземних продуктів і не враховує український соціокультурний контекст, особливості переживання стресу та актуальні потреби української аудиторії.

Отже, аналіз сучасного ринку видань демонструє, що щоденники саморефлексії залишаються затребуваними. Вони допомагають користувачам краще усвідомлювати власний емоційний стан, формувати корисні звички та підтримувати емоційний баланс у повсякденному житті. Важливо враховувати, що такі продукти не можуть замінити професійну психологічну чи медичну допомогу у випадках глибших психологічних труднощів. Натомість вони можуть виконувати функцію щоденного інструменту самопідтримки, емоційної саморефлексії та зниження рівня тривожності.

Саме тому актуальним є створення видавничого продукту, який поєднуватиме сучасний візуальний формат, структуровану систему емоційної саморефлексії, психоосвітній компонент і адаптацію до українського контексту..

1.2. Аналіз цільової аудиторії

Цільова аудиторія проєкту «Щоденник емоцій» охоплює людей, які прагнуть покращити власний емоційний стан, навчитися краще розуміти свої почуття, знижувати рівень стресу та розвивати навички емоційної грамотності.

Основною аудиторією продукту є користувачі віком від 16 до 50 років, переважно мешканці міст України, а також українці, які перебувають за кордоном. Потенційні користувачі мають середню або вищу освіту, значна частина аудиторії – студенти та молоді фахівці.

Основною мотивацією аудиторії є потреба в саморозвитку, підтриманні психологічного благополуччя, пошуку внутрішньої рівноваги та формуванні практик турботи про себе. В умовах високого рівня стресу, інформаційного перевантаження та емоційного виснаження користувачі дедалі частіше звертаються до простих і доступних інструментів саморефлексії, які можна інтегрувати в повсякденне життя.

У межах дослідження цільову аудиторію було сегментовано на кілька основних груп залежно від віку, способу життя, емоційних потреб та мотивації використання продукту.

Перший сегмент становлять студенти та молодь віком 16–24 років. Це одна з найбільш активних аудиторій. Представники цього сегмента часто переживають стрес, пов'язаний із навчанням, вступом, професійним самовизначенням і пошуком власної ідентичності. Вони активно користуються соціальними мережами, цікавляться темами психології, саморозвитку. Для цієї аудиторії важливими є візуальна привабливість продукту, простота взаємодії та можливість використовувати щоденник як частину щоденної рутини.

Другий сегмент – молоді фахівці віком 25–35 років, які працюють у динамічному професійному середовищі та часто стикаються з емоційним вигоранням, високим рівнем навантаження й потребою підтримувати баланс між роботою та особистим життям. Представники цього сегмента зазвичай шукають практичні та структуровані інструменти для стабілізації емоційного стану, саморефлексії та зниження рівня тривожності. Для них важливими є функціональність продукту, зручність використання та можливість швидко інтегрувати практику ведення щоденника в повсякденний графік.

Третій сегмент охоплює батьків і сімейних людей віком 30–50 років. Для цієї аудиторії характерним є високий рівень відповідальності та емоційного навантаження, пов'язаного з роботою, сімейними обов'язками та турботою про близьких. Такі користувачі цікавляться темами психологічної грамотності, емоційної стійкості та сімейного благополуччя. «Щоденник емоцій» може сприйматися ними як інструмент емоційного усвідомлення та підтримання внутрішнього ресурсу.

Окремий сегмент становлять фахівці допомагаючих професій, зокрема практикуючі психологи, тренери з емоційного інтелекту та представники освітньої сфери. Для цієї аудиторії важливими є структурованість продукту, логічність системи рефлексії та можливість використовувати щоденник як додатковий інструмент у роботі з клієнтами або студентами. Саме тому в проєкті передбачено психоосвітній компонент і системність побудови практик саморефлексії.

Серед ключових стейкхолдерів проєкту також можна виокремити освітні заклади, практикуючих психологів і користувачів, які тестують продукт на етапі розроблення. Їхня участь дозволяє оцінити практичність, зрозумілість і потенційну ефективність щоденника для різних груп аудиторії.

Команда проєкту на цьому етапі складається переважно з автора-розробника, який виконує функції дизайнера, верстальника та редактора. Для забезпечення коректності психологічного складника передбачено консультації з практикуючим психологом.

Проведений аналіз демонструє, що аудиторія видань і продуктів, орієнтованих на психологічне благополуччя, є достатньо широкою, проте її об'єднує спільний запит на емоційну підтримку, усвідомлення власного стану та пошук інструментів саморефлексії. Саме тому «Щоденник емоцій» позиціонується як універсальний інструмент для психологічної турботи, який поєднує функції структурованого щоденника, засобу відстеження емоційного стану та практичного інструменту щоденної самопідтримки.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЄКТУ

2.1. Загальна характеристика продукту

«Щоденник емоцій» – це друкований emotional wellness-продукт, створений у форматі щоденника саморефлексії та емоційної підтримки. Видання поєднує елементи психоосвітнього посібника, практичного трекера емоційного стану та простору для щоденної рефлексії. Основною метою продукту є розвиток емоційної грамотності, навичок самоусвідомлення та саморегуляції через регулярну практику письмової взаємодії із власними емоціями.



Рис. 2.1

За типологічними характеристиками «Щоденник емоцій» належить до літературно-практичних видань з елементами психоосвітнього контенту. Структура продукту побудована за принципом поєднання теоретичного й практичного блоків. Теоретична частина містить адаптовані пояснення базових понять емоційного інтелекту, саморегуляції, способів розпізнавання емоцій та технік психологічної підтримки. Практична частина складається зі сторінок для щоденного ведення записів, аналізу власних емоційних станів і формування навичок саморефлексії.

Змістова концепція видання побудована навколо ідеї створення безпечного простору для емоційного досвіду користувача. Це простежується як у структурі запитань для рефлексії, так і в загальному комунікаційному стилі продукту, що ґрунтується на підтримці, прийнятті та відсутності осуду. Щоденник не

позиціонується як психотерапевтичний інструмент чи альтернатива професійній допомозі, а розглядається як засіб щоденної емоційної самопідтримки та розвитку навичок усвідомлення власного стану.

<p>песимістично чи нейтрально) та приймаємо рішення. Причин зміни настрою багато, бо він формується не через певний тригер, а через сукупність подій. Настрій не є конкретною емоцією, а результатом їх сукупності.</p> <p style="text-align: center;">Емоційний інтелект</p> <p>Емоційний інтелект — це не одна навичка, а ціла система, яка допомагає не просто відчувати, а й розуміти, що з цими відчуттями робити. У психології найчастіше використовують модель Данієла Булмана, яка складається з п'яти основних компонентів: самоусвідомлення, самоуправління, мотивація, емпатія та соціальні навички.</p> <p>Фундаментом моделі є <i>самоусвідомлення</i>, без якого інші частини системи працювати не будуть. Завдяки самоусвідомленню ти чесно можеш зізнатися собі, що відчуваєш певну емоцію або стан. Люди з високим рівнем самоусвідомлення розуміють свої сильні й слабкі сторони та тригери, і відстежують вплив емоцій на поведінку. Це схоже на внутрішнє дзеркало, яке показує правду.</p> <p>Якщо самоусвідомлення — це помітити, то <i>саморегуляція</i> — це вміння керувати емоціями та брати відповідальність за власну поведінку. Наприклад, у людини може змінитися реакція на якусь проблему, бо вона замість нападу чи захисту свідомо обрала аналіз ситуації, щоб прийняти об'єктивне рішення. Ті, хто володіють цією навичкою, вміють керувати своїми імпульсами, швидко адаптуються до змін і зберігають спокій у складних ситуаціях. Ми говоримо не про придушення чи уникання емоцій, бо це призведе до набагато гіршого сценарію. Емоції просто перейдуть у тіло або в тиху агресію. Нам потрібно навчитися виражати емоції екологічно та вчасно.</p> <p>Третій складник — <i>самомотивація</i>. Вона, як внутрішній двигун, який працює завдяки справжній зацікавленості</p> <p style="text-align: center;">← 10 →</p>	<p>й бажанні досягти результату, а не грошовій винагороді на роботі чи похвалі. Це здатність бути наполегливим, сприймати невдачі не як кінець світу чи катастрофу, а як досвід. Також людина навчається ставити цілі, візуалізувати їх та розбивати великі завдання на менші, щоб мозок не сприймав справу як недосяжну або занадто важку й не загнав у пастку власної невпевненості та страху.</p> <p>Емпатія — це здатність розпізнати емоційний стан іншої людини, зрозуміти причину переживань та створити простір, у якому її не осудять. Четвертий компонент базується на вмінні слухати не лише слова, а й зчитувати невербальні сигнали: мімку, жести, тон голосу, що дозволяє глибше зануритися в контекст чужого досвіду. Завдяки емпатії формується емоційний зв'язок, який допомагає знижувати рівень напруги в конфліктах і будувати стосунки на довірі. Зрештою, розвинена навичка — фундамент для ефективної співпраці, яка допомагає приймати рішення та враховувати інтереси інших.</p> <p>Уміння слухати, вести діалог, висловлювати думки, вирішувати конфлікти, працювати в команді — це все про <i>соціальні навички</i>. Вони перетворюють внутрішнє розуміння себе й емпатію на якісну взаємодію з оточенням. Завдяки розвиненим навичкам спілкування людина вміє розв'язувати конфліктні ситуації, а не уникає їх. Також цей компонент дає можливість створювати командний дух і працювати з колегами, які відчуватимуть власну цінність. Таким чином соціальні навички допомагають будувати міцні зв'язки й створювати середовище, що тримається на повазі та спільних цілях.</p> <p style="text-align: center;">Базові емоції</p> <p>Розуміння структури емоційного інтелекту дозволяє побачити, що в основі його складових лежить здатність</p> <p style="text-align: center;">← 11 →</p>
--	---

Рис. 2.2

Обсяг видання становить 104 сторінки. До структури входять вступне звернення авторки, зміст, теоретичний блок, інструкція щодо користування щоденником, практичні сторінки для записів, блок аналізу попередніх записів, фінальні підсумки та шпаргалка емоцій. Така побудова забезпечує поступове занурення користувача в тему емоційної саморефлексії — від ознайомлення з базовими поняттями до систематичної практики.

Важливою особливістю продукту є поєднання психоосвітнього контенту із практичними техніками саморегуляції. У теоретичному блоці подано пояснення технік дихання, заземлення, когнітивного перегляду, фізичної розрядки, медитацій і практик емоційного маркування. Це дозволяє користувачеві не лише фіксувати власний емоційний стан, а й отримувати конкретні інструменти для роботи з ним.

<p style="text-align: center;"><i>Шпартгалка емоцій</i></p> <p>Наступний крок — регулярна практика та заповнення щоденних сторінок. Для того щоб тобі було легше зорієнтуватися у своїх почуттях, я підготувала зручну шпартгалку емоцій. Звертайся до неї щоразу, коли не можеш назвати свій поточний стан.</p> <p>Апатія — відчуття, ніби всі звуки та почуття стають приглушеними, а життя втрачає кольори.</p> <p>Безсилля — стан, коли в тілі майже не лишається енергії, тому навіть коротка відповідь дається важко.</p> <p>Вдячність — відчуття тепла всередині, від якого мимоволі розслабляється тіло.</p> <p>Вигорання — почуття внутрішньої порожнечі, коли навіть улюблена справа викликає тільки роздратування та втому.</p> <p>Визнання — це приплив впевненості й енергії. Ти нарешті відчувеш, що зусилля були важливими.</p> <p>Відраза — різкий фізичний спазм у шлунку або горлі, який характеризується єдиним бажанням — ізолюватися від триггеру.</p> <p>Відчай — відчуття втрати опори та порожнеча в грудях, коли здається, що ти в глухому куті.</p> <p>Відчуженість — стан емоційного зцілення, коли ти ставиш стіну між собою та світом і відгороджуєшся від метушні.</p> <p>Вразливість — відчуття оголеності й хиткості всередині, коли навіть незначна критика може вдарити дуже боляче.</p> <p>Гнів — приплив гарячої енергії, яка змушує яось діяти й вивільнити її.</p> <p>Гордість — приплив впевненості, від якого хочеться тримати голову вище та випрямити спину.</p> <p style="text-align: center;">← 30 →</p>	<p>Горе — відчуття безмежного болю, який позбавляє сил і бажання рухатися.</p> <p>Довіра — відчуття безпеки поруч з людиною, від якої не чекаєш підступ.</p> <p>Журба — це тихий сум, який викликає бажання усамітнитися та зануритися в спогади.</p> <p>Заздрість — це неприємний укол в грудях, який виникає через порівняння себе з кимось іншим.</p> <p>Захват — різкий сплеск радості та енергії, який викликає миттєве збудження та прискорене серцебиття.</p> <p>Зацікавлення — це приплив енергії та зосередження уваги, що викликає бажання ще глибше зануритися у справу.</p> <p>Здивування — це завмирання тіла й моментальне стирання думок через несподівану зміну ситуації.</p> <p>Лють — це некерований вибух гніву, що супроводжується різким напруженням усіх м'язів.</p> <p>Надія — відчуття внутрішнього полегшення та віру в те, що ситуація може поліпшитися.</p> <p>Настольгія — це поєднання суму за минулим і теплих спогадів.</p> <p>Настороженість — стан підвищеної готовності до небезпеки та загострення огранів чуття.</p> <p>Ненависть — відторгнення об'єкта, від якого хочеться втекти й більше з ним не перетинатися.</p> <p>Ніжність — стан м'якості всередині й бажання проявляти турботу через дотики чи слова.</p> <p>Нудьга — відчуття безсилля та неспокою через неможливість знайти сенс у тому, що відбувається.</p> <p>Образа — відчуття несправедливості, коли виникає бажання відгородитися від кривдника.</p> <p>Образа — відчуття несправедливості, коли виникає бажання відгородитися від кривдника.</p> <p style="text-align: center;">← 31 →</p>
--	--

Рис. 2.3

Візуальна концепція видання базується на принципах мінімалізму та функціональності. Дизайн не перевантажений декоративними елементами, що дозволяє зосередити увагу користувача на процесі письмової рефлексії. У макеті використано достатню кількість вільного простору, чітку ієрархію тексту та структуровану навігацію між блоками. Важливу роль відіграє кольорова айдентика видання: домінування зелених відтінків пов'язане з асоціаціями спокою, відновлення, гармонії та психологічної рівноваги.

Продукт розроблено у форматі друкованого щоденника з м'якою палітуркою та форматом 60×90/16, що забезпечує зручність щоденного користування. Для внутрішнього блоку передбачено офсетний чорно-білий друк, який дозволяє знизити собівартість видання та зробити продукт доступнішим для цільової аудиторії. Мінімалістичний підхід до оформлення також сприяє практичності використання та збереженню фокусу на змістовому наповненні.

Таким чином, «Щоденник емоцій» є комплексним продуктом, який поєднує психоосвітню, практичну та емоційно-підтримувальну функції.

Видання адаптоване до сучасного українського контексту та відповідає актуальному запиту аудиторії на доступні інструменти емоційної самопідтримки, розвитку емоційної грамотності та формування навичок усвідомленого ставлення до власного психологічного стану.


<p>Дата: ____ ____ 20 ____ Пн Вт Ср Чт Пт Сб Нд</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>♦ Яку емоції відчуваю?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>♦ Чому відчуваю?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>♦ Як виражаю?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>♦ Що роблю?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>♦ Чого потребує ця емоція?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>♦ Чи є в мене приховані очікування?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p style="text-align: center;">← 34 →</p>	<p>♦ Наскільки ця емоція керує мною? (Оцінити від 1 до 10)</p> <p>_____</p> <p>♦ Що зараз я зможу зробити, щоб підтримати себе в цьому стані?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>♦ Чи є маленька дія, що дасть мені полегшення?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>♦ Чого я хочу навчитися з цього досвіду?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>♦ Якою я бачу себе, якщо відпущу ситуацію?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p style="text-align: center;">← 35 →</p>
--	---

Рис. 2.4

2.2. Редакційно-видавничий комплекс

Робота над проектом «Щоденник емоцій» охоплювала повний редакційно-видавничий цикл – від розроблення концепції продукту до створення готового оригінал-макета видання. Під час підготовки проекту основна увага зосереджувалася не лише на інформаційному наповненні, а й на створенні комфортного користувацького досвіду, що відповідає специфіці продуктів для саморефлексії та емоційної підтримки.

Першим етапом стало формування концепції видання, визначення його функціонального призначення, структури та принципів взаємодії користувача зі щоденником. Продукт розроблявся як поєднання психоосвітнього матеріалу, практичного інструмента саморефлексії та простору для щоденної емоційної фіксації. Особливу увагу було приділено стилю комунікації, який базується на

підтримувальній, ненав'язливій і психологічно безпечній позиції без категоричних формулювань чи оцінних суджень.

Наступним етапом стало створення структури щоденника. Логіка побудови видання передбачає поступове занурення користувача у практику емоційної саморефлексії. На початку розміщено вступне звернення та пояснення принципів користування щоденником, подано теоретичний блок із базовими поняттями емоційної грамотності, емоційної гранулярності, саморегуляції та способів роботи з емоціями. Теоретичний матеріал адаптований для широкої аудиторії та поданий у доступній формі без надмірної теоретизації.

Практична частина видання містить систему щоденних записів, побудовану на повторюваних рефлексивних блоках. Користувачеві пропонується визначати власний емоційний стан, аналізувати причини виникнення емоцій, формулювати потреби, пов'язані з ними, а також фіксувати способи самопідтримки. Окремі сторінки містять трекери емоційного стану, практики усвідомлення, вправи на заземлення та блоки підсумкової рефлексії. Така структура дозволяє формувати звичку регулярного емоційного самоаналізу та поступово розвивати навички усвідомлення власних переживань.

Важливим складником редакційної підготовки стало забезпечення стилістичної цілісності тексту. Після написання матеріалів було проведено літературне редагування та коректуру з метою уніфікації лексики, спрощення складних формулювань і досягнення максимальної зрозумілості для цільової аудиторії. Оскільки продукт стосується психологічно чутливої тематики, значна увага приділялася коректності формулювань.

Окремим етапом стала розробка візуальної концепції та комп'ютерна верстка видання. Дизайн щоденника реалізовано в мінімалістичному стилі без надмірної кількості декоративних елементів та ілюстрацій. Таке рішення є свідомим і зумовлене специфікою: візуальне середовище не повинно переважувати користувача або відволікати його від процесу саморефлексії.

Основний акцент зроблено на чистоті сторінки, достатній кількості вільного простору для записів, чіткій структурі блоків та комфортній навігації.

Обкладинку «Щоденника емоцій» виконано в мінімалістичній стилістиці, що відповідає загальній концепції emotional wellness-продукту та підтримує атмосферу спокою, безпеки й емоційної рівноваги. Основним кольором обкладинки обрано світло-зелений відтінок (#d9e0cd), який асоціюється з природністю, гармонією, відновленням і психологічним комфортом. Така кольорова палітра є типовою, оскільки не перевантажує користувача візуально та сприяє створенню заспокійливого емоційного середовища.

Для текстових елементів використано темно-зелений колір (#2f422e), що забезпечує достатній контраст і водночас зберігає м'якість візуального сприйняття. Поєднання світлого фону та приглушеного темного шрифту формує цілісну айдентику видання та підтримує його загальний стиль комунікації.

У дизайні обкладинки використано шрифт Pacifico, який має плавні рукописні форми та створює відчуття персоналізованості, м'якості й дружньої комунікації з користувачем. У середині щоденника поєднано шрифти Pacifico та Minion Pro. Шрифт Minion Pro застосовано для основного текстового наповнення завдяки його високій читабельності та зручності для тривалого читання, тоді як Pacifico використовується як акцентний елемент для окремих заголовків і навігаційних блоків. У такий спосіб збережено баланс між емоційною виразністю дизайну та функціональністю видання.

У процесі верстки значну увагу приділено UX друкованого продукту. Для забезпечення комфортної взаємодії зі щоденником використано читабельний шрифт, достатні міжрядкові інтервали та логічне розташування елементів на сторінці. Повторювані блоки мають уніфіковану структуру, що спрощує користування виданням і створює відчуття системності та стабільності під час щоденного ведення записів.

Важливу роль у формуванні атмосфери продукту відіграє кольорова айдентика. У дизайні переважають зелені відтінки, що асоціюються зі спокоєм,

гармонією, відновленням і психологічною рівновагою. Використання такої кольорової палітри сприяє створенню емоційно комфортного середовища та підтримує загальну концепцію щоденника як простору безпечної взаємодії з власними емоціями.

Таким чином, редакційно-видавничий комплекс проєкту «Щоденник емоцій» поєднує змістовий, психологічний та дизайнерський складники.

2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту

Проєкт «Щоденник емоцій» розроблено як доступний продукт психологічної підтримки, орієнтований на широку аудиторію користувачів, зацікавлених у практиках саморефлексії та емоційної грамотності. Саме тому під час проєктування видання особливу увагу було приділено співвідношенню функціональності, візуальної привабливості та економічної доцільності виробництва.

Технічні характеристики продукту оптимізовані для зниження собівартості без втрати основної функціональної цінності видання. Використання м'якої палітурки, формату 60×90/16 та чорно-білого офсетного друку дозволяє зробити продукт більш доступним для кінцевого споживача. Мінімалістичне оформлення, відсутність складних ілюстративних елементів і акцент на типографічному дизайні також сприяють оптимізації витрат на додрукарську підготовку та поліграфічне виробництво.

Важливою економічною перевагою проєкту є самостійне виконання значної частини редакційно-видавничих робіт. Авторкою було реалізовано розроблення концепції, написання текстового наповнення, літературне редагування, створення структури видання, дизайн і комп'ютерну верстку. Це дозволяє суттєво скоротити витрати на залучення додаткових спеціалістів і зменшити загальну собівартість підготовки продукту.

Основні витрати в разі реалізації друкованого тиражу будуть пов'язані з поліграфічними послугами, друком, закупівлею паперу, виготовленням палітурки та логістикою. Оскільки щоденник не потребує повноколірного

друку чи складних технологічних рішень, його виробництво є фінансово реалістичним навіть для невеликого стартового тиражу.

За попередніми розрахунками, орієнтовна собівартість одного примірника при тиражі 300–500 екземплярів може становити близько 90–170 гривень залежно від поліграфії, типу паперу та накладу. Водночас прогнозована роздрібна ціна продукту такого формату може коливатися в межах 350–600 гривень, що створює потенціал для подальшої комерційної реалізації проєкту.

Потенційними каналами реалізації проєкту можуть стати онлайн-книгарні, маркетплейси, соціальні мережі, книжкові фестивалі, психологічні простори, концептуальні магазини та співпраця з практикуючими психологами, коучами, освітніми платформами й тренерами з емоційного інтелекту. Значну роль у просуванні продукту також можуть відігравати соціальні мережі, оскільки щоденники мають високий потенціал органічного поширення через візуальний контент і рекомендації користувачів.

Окремим напрямом монетизації може стати створення цифрової PDF-версії щоденника, адаптованої для використання на планшетах або в застосунках для нотаток. Такий формат дозволить розширити аудиторію продукту, зменшити витрати на друк і логістику та забезпечити швидше поширення видання серед українців за кордоном.

Перспективним є також подальше масштабування проєкту через створення тематичних серій продуктів. Зокрема можливими є адаптації щоденника для різних сегментів аудиторії: студентів, підлітків, людей із підвищеним рівнем тривожності, користувачів, які переживають емоційне вигорання, або продуктів із фокусом на окремих практиках – вдячності, усвідомленості чи емоційному балансі.

З огляду на зростання інтересу до практик турботи про психологічне благополуччя, розвиток ринку видань для саморефлексії і підвищений суспільний запит на доступні інструменти психологічної самопідтримки, проєкт «Щоденник емоцій» має потенціал для подальшого розвитку,

масштабування та формування власної ніші на українському видавничому ринку.

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ВИДАННЯ НА РИНКУ

3.1. Розроблення концепції промоції видання

Просування проєкту «Щоденник емоцій» базується на поєднанні цифрової комунікації, візуального брендингу та формування емоційного зв'язку з аудиторією. Оскільки продукти для емоційного благополуччя значною мірою орієнтуються на особистий досвід користувача та контент про повсякденний стиль життя, основний акцент у промоції доцільно робити саме на соціальних мережах і контент-маркетингу.

Ключовими платформами для просування видання можуть стати «Інстаграм», «Тікток» та «Тредз», оскільки саме ці соціальні мережі активно використовуються аудиторією, зацікавленою у практиках турботи про себе, психологічному благополуччі та естетичному візуальному контенті. Візуальна концепція щоденника, мінімалістичний дизайн і спокійна кольорова палітра створюють сприятливі умови для органічного просування через фотографії, короткі відео та тематичні добірки.

Основою комунікації може стати демонстрація практичного використання продукту в повсякденному житті. До контент-стратегії доцільно включити відео із заповненням щоденника, емоційними підсумками дня, ранковими та вечірніми ритуалами турботи про себе, короткими рефлексивними практиками, цитатами та психологічно підтримувальним контентом. Такий підхід дозволяє не лише презентувати сам продукт, а й формувати емоційний зв'язок із потенційною аудиторією.

Важливу роль у просуванні може відігравати контент, створений самими користувачами. Продукти для емоційної самопідтримки мають високий потенціал органічного поширення через особисті рекомендації, фотографії користувачів і демонстрацію власного досвіду ведення щоденника. Це сприяє формуванню довіри до продукту та розвитку онлайн-спільноти навколо бренду.

Перспективним напрямом є також співпраця з книжковими блогерами, психологами, коучами, освітніми платформами та авторами контенту, пов'язаного з темами турботи про себе й психологічного здоров'я. Така

взаємодія дозволить розширити охоплення цільової аудиторії та підсилити експертне позиціонування продукту.

Окрім цифрового просування, можливими каналами популяризації можуть стати книжкові фестивалі, тематичні простори, психологічні заходи, лекції та воркшопи, присвячені темам емоційної грамотності та саморефлексії. Це сприятиме формуванню впізнаваності бренду та безпосередній взаємодії з аудиторією.

Таким чином, концепція промоції «Щоденника емоцій» орієнтується не лише на продаж продукту, а й на створення навколо нього емоційно близької спільноти, що поділяє цінності турботи про себе, усвідомленості та психологічної підтримки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гоулман Д. Емоційний інтелект / пер. з англ. С.-Л. Гумецької. Харків : Vivat, 2019. 512 с.
2. Діксон А. Emotional Wellness Industry Report 2025. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/>
3. Домінік Спенст. 6 хвилин. Щоденник, який змінить ваше життя / пер. з нім. Харків : BookChef, 2023. 288 с.
4. Домінік Спенст. 6 хвилин сну. Харків : BookChef, 2024. 240 с.
5. Картер С. Mindfulness Journal: Daily Practices for Reflection and Calm. New York : Rock Point, 2020. 192 p.
6. Vohs K., Baumeister R. Handbook of Self-Regulation: Research, Theory, and Applications. New York : Guilford Press, 2016. 640 p.
7. Ekman P. An argument for basic emotions. Cognition & Emotion. Vol. 6, no.3-4. P.169–200. (дата звернення 28.05.2026)
8. Ekman P. Basic Emotions. Handbook of Cognition and Emotion / ed. by T. Dalgleish, M. J. Power. New York : John Wiley & Sons, 1999. Ch. 3. P. 45–60. (дата звернення 28.05.2026)
9. Собчук Ю. Що таке емоційний інтелект та як його розвивати. Психологічна студія «СЕНС» : блог. 2022. 10 серп. URL:<https://www.sens.lviv.ua/shho-take-emocijnyj-intelekt-ta-yak-jogo-rozvyvaty/> (дата звернення 28.05.2026)
10. Словник емоцій. EQ App : бібліотека.
URL: <https://eq-ap.com/dictionary-of-emotions-ua/> (дата звернення 28.05.2026)
11. Cherry K. The 6 Types of Basic Emotions and Their Effect on Human Behavior. Verywell Mind. URL: <https://www.verywellmind.com/an-overview-of-the-types-of-emotions-4163976> (дата звернення: 28.05.2026).
12. Plutchik's Wheel of Emotion: Unlock the Hidden Power. United We Care : wellness platform. URL: <https://www.unitedwecare.com/unlock-the-hidden-power-of-plutchiks-wheel-of-emotion/> (дата звернення: 28.05.2026).

13. Barrett L. F. The theory of constructed emotion: an active inference account of interoception and categorization. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*. 2017. Vol. 12, iss. 1. P. 1–23.

URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5390700/> (дата звернення: 28.05.2026).

14. Scott E. What Is Body Scan Meditation? *Verywell Mind*. URL: <https://www.verywellmind.com/body-scan-meditation-why-and-how-3144782> (дата звернення: 28.05.2026).

15. Gupta S. Feeling Anxious? Try the 5-4-3-2-1 Grounding Technique. *Verywell Mind*. URL: <https://www.verywellmind.com/5-4-3-2-1-grounding-technique-8639390> (дата звернення: 28.05.2026).

16. Scott E. Box Breathing Techniques and Benefits. *Varywell Mind*. URL: <https://www.verywellmind.com/the-benefits-and-steps-of-box-breathing-4159900> (дата звернення: 28.05.2026).

17. Freeman A. Safe Place Visualization For Stress Relief. *Headway Therapy Group*. URL: <https://www.headwaytherapygroup.com/safe-place-visualization-stress-relief/> (дата звернення: 28.05.2026).

18. Firestone L. Name It to Tame It: The Emotions Underlying Your Triggers. *Psychology Today*. URL: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/compassion-matters/202202/name-it-to-tame-it-the-emotions-underlying-your-triggers>

(дата звернення: 28.05.2026).

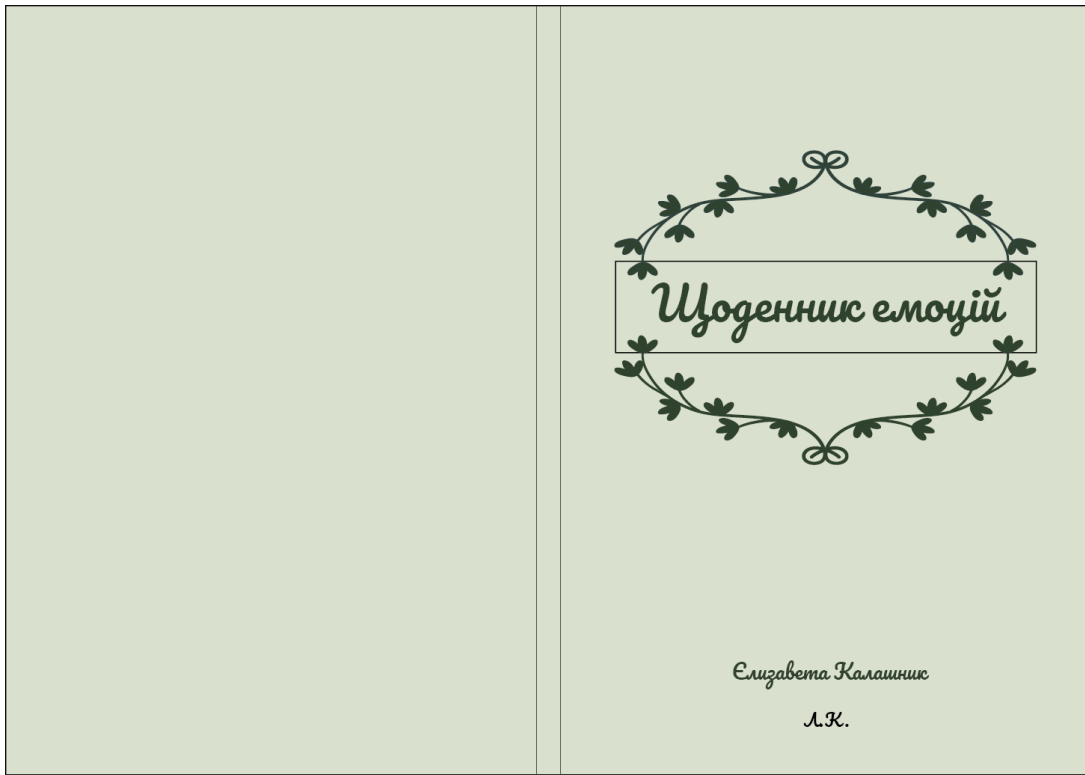
19. Name It to Tame It: Label Your Emotions to Overcome Negative Thoughts. *Mindfulness.com*. URL: <https://mindfulness.com/mindful-living/name-it-to-tame-it/> (дата звернення: 28.05.2026).

20. Stillman J. Emotionally Intelligent People Use the 90-Second Rule to Handle Big Feelings. *Inc.com*. 2025. URL: <https://www.inc.com/jessica-stillman/emotionally-intelligent-people-use-the-90-second-rule-to-handle-big-feelings-heres-why/91211314> (дата звернення: 28.05.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А

Повний макет обкладинки



Додаток Б

Звернення авторки й зміст щоденника

Вітаю тебе на цих сторінках!

У руках ти тримаєш «Щоденник емоцій» – не просто набір аркушів, а безпечний простір для своїх пошуків. У світі, який вимагає швидкості, ми часто забуваємо зупинитися хоч на секунду й запитати: «Що я відчуваю зараз?».

Тут немає правильних чи неправильних емоцій і думок. Немає критика із засудувальним поглядом. Це інструмент, який допоможе краще зрозуміти свої емоції та переди й знайти способи самодієвності.

Не намагайся бути ідеальною у своїх відповідях. Чесність із собою – понад усе. Дозволь собі відчувати, помічати та відслідкувати непотрібне. Дозволь визнати навіть ті пошуктя, які здаються незручними чи забороненими – гнів, заздрість, страх, втома, роздубленість. За кожною емоцією стоїть незахита потреба. Щоденник допоможе визначити її та зрозуміти чого саме ти потребуєш зараз. Тобі не доведеться робити великих кроків, бо навіть маленька дія зможе полегшити емоційний стан.

Твій досвід вартий того, щоб бути пошуктим – перш за все, тобою.

Від авторки

Зміст	
1. Теоретична частина	9
1.1 Емоції, настрої пошуктя	9
1.2 Емоційний інтелект	10
1.3 Базові емоції	11
1.4 Складні емоції та емоційна гранулярність	14
1.5 Як розпізнати емоції	16
1.6 Як контролювати емоції	18
1.7 Як екологічно виражати емоції	20
1.7 Медитації	21
2. Як заповнювати щоденник	24
2.1 Загальні записи	24
2.2 Аналіз записів	26
2.3 Писемки	27
2.4 Сторінка про себе	29
2.5 Шпаргалка емоцій	30
3. Практична частина зі сторінками для запису	34

Додаток В

Інструкція щодо використання щоденника

Як заповнювати щоденник

Практична частина складається з трьох частин:

1. Загальні сторінки для запису. Вони починаються після теоретичної частини.
2. Аналіз попередніх записів, де можна відстежити зміни протягом певного часу, трапляються через кожні 30 сторінок.
3. Фінальний розворот з підсумками підсумки. Остання сторінка для заповнення.

У загальних сторінках є ряд запитань, які допоможуть віднайти емоцію та пропрацювати її. Заповнюй ці пункти не як формальний звіт, а як щиру розмову із собою, яка допоможе зробити твій досвід зрозумілим і керованим. Аналіз попередніх підсумків підбиває проміжний результат, а фінальний розворот закриває практичну частину щоденника. У кінці теоретичної частини є шпаргалка, де прописані короткі описи почуттів. Це підказка, яка допомагає зорієнтуватися та знайти точне слово для кожного внутрішнього стану.

Приклад заповнення загальних сторінок:

◆ Які емоції відчуваю?

Тут важливо знайти точну назву того, що ти відчуваєш. Не обов'язково писати тільки одну емоцію, бо вони можуть бути змішаними. Для підказки можна скористатися шпаргалкою, де прописані емоції.

◆ Чому відчуваю?

Знайди тригер — контекстну подію або думку, яка запустила стан.

◆ Як виражаю?

Опиши свою поведінку та тілесні реакції. Наприклад, тілесна реакція може проявлятися стисканням кулаків,

← 24 →

униканням зорового контакту з опонентом, неприємні відчуття в животі, бажання згорнутися калачиком.

◆ Що роблю?

Це про твої автоматичні дії у відповідь на емоцію. Наприклад, ти можеш горати стрічку соцмереж, щоб відволіктися або займатися справами й прокручувати якусь тригерну розмову в голові.

◆ Чого потребує ця емоція?

Кожна емоція — це сигнал про незадоволену потребу. Наприклад, страх потребує безпеки, сум — підтримки або розради, гнів — захисту кордонів. Як тільки ви відловите емоцію та зрозумієте причину, так швидко й зможете визначити потребу.

◆ Чи є в мене приховані очікування?

Часто ми можемо страждати не через подію, а через результат, який не відповідає очікуванням. Відстеж, як ти бачиш певну подію у своїй уяві і порівняй її з реальністю. Визнання очікування знімає частину напруги.

◆ Наскільки емоція керує мною?

Оціни рівень, наскільки емоція тобою керує. Використовуй шкалу від 1 до 10, де 1 — слабе відчуття, яке на мене майже не впливає, 10 — Я не можу ні про що думати, мені важко щось робити, бо я зависла в цьому емоційному стані.

◆ Що я можу зробити, щоб підтримати себе в цьому стані?

Тут треба обрати конкретну техніку заспокоєння, яка перемикає фізіологію. Це можуть бути або вправи зі щоденника або те, що ви знайшли поза ним. Наша ціль — знайти працюючий варіант, який буде ефективним саме для тебе.

◆ Чи є маленька дія, яка дасть мені полегшення?

Це просто фізична справа, яку ти зможеш зробити

← 25 →

просто зараз без підготовки та перерахування технік. Спирайся на власне внутрішнє бажання, інакше ти не отримаєш задоволення чи полегшення. Це може бути коротка прогулянка, прослуховування пісень, вмивання холодною водою, пиття кави чи чаю. Суть у тому, щоб повернути відчуття контролю над простором та тілом.

◆ Чого я хочу навчитися з цього досвіду?

Відповідай на це запитання, формулюючи конкретну навичку як висновок на мабутнє. Замість самокритики запиши свої межі та тригери. Наприклад: «я хочу навчитися казати «ні»». Так ти будеш бачити те, з чим хочеш попрацювати.

◆ Якою я бачу себе, якщо відпущу ситуацію?

Запиши відповідь через зміну своєї внутрішньої ролі. Тобі треба зафіксувати стан, де проблема перестає бути центром всесвіту, а а ти повертаєш роль головної дійової особи. Пиши про те, що зміниться в майбутньому, якщо ти відпустиш ситуацію зараз. Налаштуйся на позитивні думки, уяви, що ситуація більше не впливає на тебе.

Аналіз записів

◆ Яка емоція переважала протягом цього часу?

Треба переглянути попередні записи та відстежити емоції, які виникали. Це допоможе зрозуміти які емоції частіше виникають.

◆ Які маленькі дії допомогли врегулювати емоції?

Тут варто повернутися до запитання: чи є маленька дія, яка дасть мені полегшення?, і подивитися що переважає. Там ти зможеш вичислити дієві методи, які допоможуть повертати відчуття контролю.

◆ Чи була ситуація, де я зреагував(ла) на щось інакше?

Тут варто зафіксувати одну емоцію, яка часто виникає

← 26 →

та відстежити, чи змінюється реакція на неї. Наприклад, ти ставилася до чогось із сильними переживаннями, а тепер сприймаєш спокійніше.

◆ Що найбільше впливало на емоції?

Тут треба повернутися до запитання, де ти виписувала причини, та дослідити чи є якийсь один тригер чи їх декілька. Так ви вичислите, що найбільше вас турбує.

◆ Яка з технік заспокоєння / підтримки найбільше допомогла?

Тут варто відстежити, які техніки для вас були найбільш діючими, а які ніяк не вплинули на стан.

◆ За що я можу подякувати собі в контексті роботи з емоціями?

Пам'ятай, що в роботі над емоціями дуже важливо хвалити себе навіть за найменші кроки, бо це твій головний ресурс і паливо для внутрішніх змін. Самопідтримка — це необхідна умова для того, щоб не перегоріти в процесі самопізнання. Згадай свої маленькі перемоги та випиши їх.

Підсумки

Цей фінальний блок допомагає тобі побачити прогрес та структурувати отриманий досвід. Важливо пам'ятати, що кожна зміна, навіть найменша, — це твій успіх у роботі над собою.

◆ Відстежте свої емоції від початку щоденника до кінця та порівняйте перші записи з останніми. Чи побачили ви значні зміни?

У цій відповіді зафіксуй динаміку: як змінилася інтенсивність твоїх переживань та швидкість, з якою ти тепер розпізнаєш свій стан. Опиши це як аналіз свого маршруту від хаосу до керованості, відзначаючи, що саме стало твоїм головним досягненням у процесі.

← 27 →

Мокап обкладинки видання

