

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПРОГРАМ ПСИХОЛОГІЧНИХ ТРЕНІНГІВ ДЛЯ РІЗНИХ ТИПІВ ЗАМОВЛЕНЬ

Соснюк Олег Петрович

кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної психології,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
ORCID: 0000-0002-7558-8879

Остапенко Ірина Віталіївна

кандидат психологічних наук,
завідувач лабораторії психології політичної поведінки молоді,
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,
ORCID: 0000-0001-6710-5964

Розробка програм психологічних тренінгів є одним з важливих напрямів практичної діяльності психологів. Змістовне наповнення, тривалість та методологія тренінгів значною мірою залежать від типу замовлення, що в свою чергу позначається на складності завдань, які мають вирішувати тренери.

Перший тип замовлення-завдання. Вони є відносно простими і можуть бути вирішені завдяки проведенню нетривалих і цілісних тренінгів, в яких основні зусилля психолога спрямовані на досягнення певної мети. Як правило, цілі замовника у даному випадку суто тактичні і мають конкретний характер. Основні потреби замовника полягають у вирішенні певних завдань. При цьому замовник має чітке уявлення про кінцевий продукт (потенційно можливі і бажані зміни в уявленнях, поведінці, практичних навичках учасників тренінгу).

Другий тип замовлення-проблеми. З ними психологам доводиться мати справу доволі часто. Специфіка даного типу замовлень виявляється в тому, що цілі звернення пов'язані з вирішенням проблемної ситуації, а основна потреба полягає в оволодінні учасниками технологіями (методами, способами і засобами) вирішення таких проблем і набутті відповідних компетенцій. При цьому замовник може лише у загальних рисах описати образ бажаного майбутнього.

В узагальненому вигляді відмінності між замовленнями-завданнями та замовленнями-проблемами наведені нижче (Табл.1).

Зазначені відмінності варто враховувати в процесі розробки тренінгових програм, що дозволить запропонувати продукт, який буде максимально адаптований під потреби замовника.

В цілому, замовлення-проблеми є більш складними і потребують комплексного підходу до їх розв'язання. В таких випадках для розробки тренінгових програм корисно застосовувати модульний принцип.

Таблиця 1.

Відмінності між типами замовлень

Критерії визначення відмінностей	Тип замовлення	
	Замовлення-завдання	Замовлення-проблеми
Цілі звернення замовника	Тактичні (вирішення конкретних завдань)	Тактичні або стратегічні (розв'язання проблемної ситуації)
Основна потреба замовника	Розв'язання завдання	Оволодіння технологіями (методами, способами і засобами) вирішення проблем
Міра визначеності замовника щодо кінцевого продукту	Може назвати конкретний продукт	Може описати образ бажаного майбутнього

Розробка програми тренінгу за модульним принципом передбачає системне бачення психологом як самої проблеми, так і компетентностей учасників, що потребують свого розвитку.

Так, наприклад, якщо проблема пов'язана з недостатньою розвиненістю соціально-психологічної компетентності учасників, тренеру необхідно знати, з чого вона складається. Компонентами соціально-психологічної компетентності є комунікативна, інтерактивна та перцептивна компетентності. Відповідно базові модулі (змістові блоки) тренінгової програми мають бути спрямовані на розвиток кожної з них. Ці модулі можуть розглядатись як інваріантні для такого типу програм. Однак в процесі опрацювання замовлення може бути виявлена потреба у розвитку додаткових компонентів, наприклад, конфліктологічної компетентності, її розвитку може бути присвячений окремий модуль, який в даному випадку буде варіативною частиною тренінгової програми.

В програмах, розроблених на замовлення-завдання, найчастіше передбачається розвиток окремих компетентностей. Тому, як правило, вони менш тривалі і більш цілісні. Програми, розроблені на замовлення-проблеми, навпаки більш тривалі і синтетичні. Для забезпечення їх цілісності корисно використовувати інтегруючі модулі, які дозволяють учасникам систематизувати набутий досвід, знання, вміння та навички.

Завдяки використанню зазначеного підходу учасникам в процесі тренінгу забезпечуються умови для рольової децентрації, що істотно впливає на успішність самодіагностики учасників в тренінгу та сприяє оновленню уявлень про самих себе і соціальне оточення. Розглянуті вище особливості та варіанти розробки такого типу програм детально описані в наших попередніх роботах

(Соснюк, 2002; Остапенко, 2014).

Незалежно від типу замовлення, необхідно проводити попередню психологічну діагностику, що дозволить зрозуміти специфіку проблем та завдань, які потребують вирішення, а також визначити актуальний рівень розвитку тих чи інших компетентностей у потенційних учасників.

Крім діагностики, бажано зробити декомпозицію діяльності клієнтів – учасників тренінгу (Духневич, 2014). Це особливо важливо у роботі психолога з корпоративними замовленнями. Для цього тренер повинен попередньо організувати зустрічі-бесіди з безпосередніми керівниками учасників тренінгу та самими учасниками. Під час таких зустрічей тренер має отримати відповіді на наступні питання:

- Які саме професійні задачі вирішують учасники тренінгу та як? Які труднощі існують в організації і як це позначається на діяльності?
- Які професійні задачі виконують ті, хто буде присутній на тренінгу? В чому полягають їх власні проблеми при виконанні цих задач?
- Які протиріччя існують між професійними задачами учасників тренінгу та можливістю їх реалізації?
- Чи існують якісь об'єктивні умови діяльності, які не дозволяють досягти учасникам тренінгу необхідного рівня ефективності? Які саме?

Узагальнення результатів таких бесід дозволяє психологу отримати інформацію, яка буде вельми корисною при доборі методів, вправ та кейсів, які будуть більш адаптованими та валідними інструментами для вирішення проблем учасників і виконання замовлення в цілому.

Також, варто подбати про методи, які дозволять об'єднувати окремі елементи в межах певних модулів або самі модулі, і, таким чином, полегшувати учасникам інтеграцію досвіду, набутого в тренінгу.

Спираючись на власний практичний досвід, у якості такого методу пропонуємо розглядати веб-квест. Зазначений метод належить до інноваційних методів активного навчання, містить елементи гейміфікації та інтерактивності, дозволяє використовувати Інтернет-ресурси та соціальні медіа, надає можливості для прояву учасниками тренінгу самостійної творчої активності та самореалізації, забезпечує умови для кооперації при виконанні навчальних вправ та завдань (Соснюк & Остапенко, 2018).

Базовими структурними елементами веб-квесту є: вступ, завдання, процес, джерела, оцінювання та висновки. Однак ми зазвичай додаємо ще один елемент – створення лайфхаку. Лайфхак (lifehack) як варіант концептуалізації набутих знань та досвіду в термінах «життєвої мудрості» у формі, придатній для передачі інформації іншим особам, є корисним елементом освітніх програм або тренінгів. Його використання не тільки закріплює в учасників набуті знання, вміння та навички, але й формує їх готовність до застосування нового досвіду на практиці та інформування/навчання інших людей.

В процесі тренінгу веб-квести можуть використовуватись для дистанційного та аудиторного навчання, підтримки зацікавленості у навчанні, створення надихаючої мотивації під час тренінгу (альтернатива використанню методу

лабіалізації), що забезпечує більш високий рівень ефективності навчальних та тренінгових програм з використанням веб-квестів порівняно з традиційними програмами та методами навчання.

Імплементация даного методу активного навчання в процес розробки тренінгових програм підвищує їх ефективність. Він може використовуватись як в межах окремих модулів, так і для об'єднання модулів у спільний контур, тобто придатний для роботи з обома типами замовлень.

Нами були розглянуті лише деякі методологічні аспекти, які варто приймати до уваги при розробці психологічних тренінгів для різних типів замовлень. Подальші перспективи ми пов'язуємо з розкриттям інших, але не менш важливих особливостей розробки тренінгів, які будуть корисні академічним психологам та практикам, що займаються розробкою та впровадженням тренінгових програм.

Список літератури

Духневич, В. М. (2014). *Прикладні питання технологій підготовки та проведення когнітивно-орієнтованих тренінгів спілкування : методичні рекомендації*. Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. Кіровоград : Імекс-ЛТД.

Остапенко, І. В. (2014). *Соціально-психологічні особливості формування рефлексивної компетентності топ-менеджерів*. (Дис. канд. психол. наук). Київ.

Соснюк, О. П. (2002). Рольова децентрація як фактор трансформації професійних стереотипів. *Вісник Харківського університету. Серія: Психологія*. 550 (1), 241–242.

Соснюк, О. П. & Остапенко, І. В. (2018). Веб-квест як інструмент розвитку медіакомпетентності студентської молоді. *Український психологічний журнал*. 1 (7), 133 –150.