

Т. І. Пономаренко
аспірантка кафедри політичної психології
та міжнародних відносин
НПУ ім. М. П. Драгоманова,
м. Київ, Україна

ОНЛАЙН-МАРАФОН ЯК ПСИХОТЕХНОЛОГІЯ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНИХ ПСИХОЛОГІВ

Останнє десятиліття інноваційний прогрес активно поглинає всі сфери життя суспільства. Особливу динаміку ми спостерігали з початком світової пандемії COVID-19 навесні 2020 року. Разом з тим, всі ці інновації детермінували розвиток цифрової та медіакомпетентності особистості. Практичні психологи також були вимушені перенести свою професійну діяльність в медійний простір. Проте, стикнулися з відсутністю необхідних компетентностей для успішної діяльності в такий спосіб.

Результати проведеного нами емпіричного дослідження показали, що лише 58% психологів та 8% студентів-психологів продемонстрували нам високі показники розвитку професійної медіакомпетентності фахівця. Як наслідок, ми розробили та впровадили програму розвитку професійної медіакомпетентності фахівців-психологів. Проте, через постійні карантинні обмеження та періодичні локдауни, нами було прийнято рішення реалізувати все у форматі онлайн-марафону[6].

Аналіз наукових доробків показав, що питаннями медіакомпетентності студентів та фахівців займалися Á. Delgado Ponce, V. Kačínová, R. Kubey, M. Pérez-Rodríguez, W. Potter, W. Schludermann, С. Бойко, Т. Мяснікова, Л. Найдьонова, Т. Ольховая, Г. Онкович, А. Сулім, О. Федоров, Н. Чеботарьова та ін..

Під професійною медіакомпетентністю психолога ми розуміємо – сукупність технічних, маркетингових та психологічних компетентностей та

особистісних якостей особистості, які необхідні фахівцю для успішної професійної реалізації в онлайн-просторі [6].

В свою чергу, онлайн-марафон – це новий формат взаємодії, який прийшов у соціальні науки зі спорту і показав себе як ефективну технологію для проведення освітніх проєктів, для реалізації маркетингових цілей (підвищення активності в соціальних мережах) та психологічних цілей (формування нових навичок, стратегій поведінки, засвоєння необхідних компетентностей, тощо). Наразі, онлайн-марафони активно використовуються і в педагогіці та у психології, вони є частиною рекламних кампаній та спортивних заходів і навіть корпоративних програм.

Педагогічні дослідження свідчать, що **онлайн-марафон** – це надефективна сучасна технологія формування професійних компетентностей, яка дозволяє досягти поставлених цілей за досить короткий час. До переваг марафону відносять: вільний вхід учасників., гнучкі терміни при проходженні, доступність з різних куточків світу та наявність широкого спектру педагогічних інструментів які можуть бути використані, що в свою чергу, свідчать про збільшення інтересу до нього з боку професійної освіти формату навчання [1]. Дослідники-педагоги розглядають **онлайн-марафон** як модель реалізації мікронавчання, що дозволяє досягти поставленої мети за рахунок актуалізації теоретичних знань, миттєвого їх відпрацювання на практиці та залучення учасників в процес навчання [5].

В свою чергу, у маркетингу вважається, що **онлайн-марафон** ефективним інструментом для просування своїх онлайн-продуктів і себе як експерта в мережі Інтернет. Вони дотримуються думки, що марафон може виступати одночасно і інструментом для збільшення кількості підписників та активності на сторінці експерта, видом просвітницького контенту та допоможе створити довірливі стосунки між клієнтом та фахівцем [4]. Також вони онлайн-марафон розглядається як засіб для розвитку іміджу експерта і монетизації особистого бренду [2].

З технічної точки зору **онлайн-марафон** – це проєкт, який складається з певної кількості завдань які учасники отримують поступово за умови виконання

попередніх. Відповідно, коректне виконання всіх завдань дозволяє учасникам дійти до фіналу, досягти поставленої мети та отримати подарунок-винагороду. Цілі марафону можуть бути різними: конкретними (навчитися презентувати себе) та багатозадачними (почати реалізовувати професійну діяльність в онлайні) [3].

У психологічній науці **онлайн-марафон** розглядають як ланцюжок завдань і психологічних практик, що дозволяє в короткі терміни формувати нові корисні звички, стратегії мислення та поведінки та навички. Цей захід супроводжується мотивацією та психологічною підтримкою від ведучого-фахівця, побудований на змагальному дусі та енергетиці учасників (де спрацьовують психологічні механізми навіювання, наслідування та зараження), супроводжується новими знайомствами, спілкуванням з іншими учасниками та нагороджується корисними призами [7].

Процес навчання в онлайн-марафоні організовується за модульною системою, де кожного дня учаснику пропонується нова тема (модуль) в рамках загальної тематики заходу (наприклад, створення банерів для реклами психологічних послуг у соціальних мережах, тощо) та домашнє завдання для відпрацювання практичних навичок (приміром, як на платформі Crello створити обгортку для Facebook, використовуючи дані з психології кольору). В сукупності всі теми дають повне уявлення (сукупність необхідних компетентностей) з теми, що висвітлювалась. Учасники також отримують зворотний зв'язок від ведучого-фахівця та інших учасників марафону про виконану роботу.

Найпоширенішими сервісами для проведення онлайн-марафонів є платформами соціальних мереж Facebook та Instagram, платформи для проведення курсів по типу GetCourse та навіть месенджери Telegram, Viber, Wats App, Meenger.

Онлайн-марафони можуть бути індивідуальними та груповими:

- **Індивідуальні** проводить один психолог у своєму аканті, закритій групі чи чаті месенджера.
- **Групові** проводить низка фахівців в рамках конкретної теми.

Існують різні варіанти побудови зворотного зв'язку: звітність під дописом із домашнім завданням, звітність і перевірка домашнього завдання іншим учасником, який постійно змінюється, оцінка від ведучого, зворотний зв'язок від всіх учасників заходу та самооцінка і самоаналіз. Не можна стверджувати, що якийсь із форматів є більш ефективним ніж інші, адже він обирається відповідно до цілей заходу. Наприклад, якщо проводиться марафон по підвищенню кваліфікації психологів, то тут доречно використовувати перевірку виконаних завдань іншими учасниками заходу, які повинні змінюватись – це додатково забезпечить відпрацювання навичок самопрезентації, коворкінгу і навіть супервізійну роботу. А у випадку, коли проводиться профорієнтаційний марафон для учнів старших класів, ефективним буде самооцінка і самоаналіз, що допоможе майбутньому абітурієнту глибше пропрацювати актуальні теми.

Можна зробити висновок, що онлайн-марафон є найбільш оптимальним форматом для розвитку професійної медіакомпетентності майбутніх психологів, адже цей формат дозволяє за досить короткий термін часу, в умовах локдауну сформуванню та розвинути необхідні компетентності та знизити рівень особистісної тривожності студентів-психологів до майбутньої професійної діяльності в онлайн.

Список використаних джерел:

1. Авраменко А. (2019). Онлайн-марафон как модель развития профессиональной компетенции преподавателя иностранных языков в парадигме микрообучения. *Вестник РМАТ*, 3, 50–57.
2. Недзельская Я. (2021). *Онлайн-марафон как инструмент продвижения инфобизнеса в сфере личного роста*. (Дис. канд. маркет. наук). Томск.
3. Немчикова Л. (2019). Онлайн-марафон как интерактивное средство духовно-нравственного воспитания. *Материалы международной научно-практической конференции «Православие и духовно-нравственное становление личности современника», г. Куремяэ, Эстония 11-12 декабря 2019*, 301–306.
4. Орехова А. (2018). Как создать и проводить марафоны в инстаграме: какие существуют виды марафонов. *Онлайн-энциклопедия Инстаграм*, [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://smm-wiki.com/marafon-instagram.html>.
5. Пеша, А. (2020). Онлайн-марафон как педагогическая технология развития надпрофессиональных компетентностей студентов вуза. *Современное высшее образование: инновационные аспекты*, 12, 76–84.

6. Пономаренко Т. (2020) Особливості комунікативної медіа компетентності сучасних психологів- студентів і практиків, Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 12. Психологічні науки, 12 (57), С. 90-99. [doi.org/10.31392/NPU-nc.series12.2020.12\(57\).08](https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series12.2020.12(57).08)

7. Шатрова Д. (2019). Что такое онлайн-марафон в корпоративном формате. *Управление развитием персонала*, 2, 134–142.