**Соотношение коммуникативного и деятельностного компонентов в пробе.**

Проект по разработке коммуникативно-деятельностных проб (КДП) идет с 2016г. Суть его состоит в том, что учащиеся в пробе решают пять коммуникативных задач: оказание услуги, мотивация, диагностика, создание образа и генерация продукта на материале конкретной профессии. Предполагается, что, пройдя несколько проб на решение одной КЗ в разных профессиях, ученик сможет осознать ее универсальный характер. Подробнее о содержании проекта можно посмотреть в статье «Коммуникация как основание для деятельностного самоопределения» <http://www.fgos.iro.perm.ru/napravleniya/1-1-vospitanie-i-sotsializatsiya/kontent?view=fcontent&task=view&id=1455>

В самом начале развития проекта казалось важным донести до участников проекта, а через них и до учащихся основной школы, мысль, что коммуникация есть деятельность. Решение коммуникативных задач по определению целенаправленно, имеет свою логику и этапность, подчиненную этой логике, для успеха субъекту необходимо обладать рядом компетенций и результат можно измерить. Сделать это оказалось сложно и потребовало значительного времени: около двух лет. При проектировании проб регулярно возникало два сюжета. Один из них был связан с тем, что решение конкретной коммуникативной задачи педагогами оценивалось через общие коммуникативные навыки (например, умение быть вежливым, уметь задать вопрос), что не позволяло выделить суть и специфику выбранной коммуникативной задачи. Второй – коммуникация как деятельность подменялась содержанием самой профессии (профессиональной деятельностью). Например, проба врача оценивалась по тому, смог ли тьюторант поставить правильный диагноз, что несомненно является важным в данной профессии, но не позволяет оценить насколько качественно была решена коммуникативная задача по оказанию услуги.

Поэтому на данном этапе важно было развести в сознании участников проекта коммуникацию как деятельность и профессиональную деятельность. На проектных и рефлексивных семинарах это получилось сделать и было продуктивно: удалось сформулировать компетенции, необходимые для решения каждой коммуникативной задачи и критерии их оценивания. Результаты проделанной работы можно посмотреть в этой статье: <http://www.fgos.iro.perm.ru/napravleniya/1-1-vospitanie-i-sotsializatsiya/kontent?view=fcontent&task=view&id=1909>.

Однако, на данном этапе развития проекта когда-то эффективное решение стало контрпродуктивно. Попробую объяснить почему. Несколько раз я присутствовал на пробах, в которых коммуникативная задача решалась, а профессиональной деятельности как основы для коммуникативной – не было. Например, по сюжету пробы официант ресторана обслуживает посетителей и дает им рекомендации, не имея меню в наличии, а придумывая блюда по ходу действия, не сервирует стол, не уносит грязную посуду. С моей точки зрения, это обедняет пробу, существенно снижая ее событийность. Проба превращается в фантазийный процесс, что искажает само ее понятие. Ведь задача пробы смоделировать кусочек профессионального мира, в котором ученик пробует жить какое-то время. Что это значит? Мир состоит из трех частей: пространства (где я?), описания субъекта (кто я?) и образа действия (Что я делаю в этом пространстве?) Пространство для официанта – это ресторан. Описание субъекта – я официант, я помогаю посетителям получить удовольствие от еды и общения друг с другом. Образ действия – я принимаю заказ, сервирую стол, принимаю обратную связь о качестве обслуживания. Смотрите, описание образа мира в конкретной профессии задает другую точку восприятия этого мира, отличную от обыденной жизни, что подтверждается и закрепляется профессиональной лексикой (заказ, сервировка, обратная связь, обслуживание…). То есть ученик в хорошо смоделированной профессиональной пробе начинает жить по-другому. Только тогда она и становится событием. И именно качественная, событийная проба профессиональная проба служит основой для коммуникативной пробы. Без этой основы коммуникация становится пустой и бессмысленной.

В связи с вышесказанным, хочу подчеркнуть несколько моментов.

Первый. Важно четко выделять профессиональную ситуацию, в которой решается выбранная коммуникативная задача. Иногда такого соответствия может не быть. Например, на одном из интенсивов участник заказал пробу на оказание услуги в профессии бойца спецназа. По сюжету пробы, опергруппа должна была обнаружить и задержать террориста в аэропорту. Решение данной профессиональной задачи не связано с КЗ оказания услуги. Да, в ней присутствует забота о безопасности пассажиров (а оказание услуги связано с заботой о человеке), но нет необходимых этапов (запроса, заказа, получения обратной связи и так далее).

Иногда выделенная профессиональная ситуация может предъявлять высокие требования к подготовке учащихся, что делает пробу невозможной или, по крайней мере, суперсложной. В качестве примера хочу привести генерацию продукта в профессии врача. Решение этой задачи связано с креативом, который запускается и оценивается в группе (только в ней креатив можно зафиксировать в коммуникации). Когда врач креативит в группе? Первое, что приходит в голову, это консилиум, когда обсуждается сложный случай в практике (например, операция, которую еще никогда не делали). Но для обсуждения сложного случая у учащихся нет соответствующих знаний и опыта. С моей точки зрения, нужно либо отказываться от генерации продукта в медицине, либо искать более простую профессиональную ситуацию с данной КЗ.

Второе. Важно зафиксировать и воспроизвести форму (правила, процедуры и регламенты), в которой решается коммуникативная задача в конкретной профессии. Так диагностика у врача имеет строгую последовательность: сбор анамнеза, осмотр пациента, пальпация, перкуссия, аускультация и т.д.) У психолога нет жесткой последовательности, но есть круг тем, которые обязательно будут затронуты (например, опыт, полученный клиентом в родительской семье), сама беседа ведется в другой обстановке.

Пример из практики. Одна из команд разработала пробу на мотивацию в профессии тренера. По сюжету тренер должен был убедить известного футболиста перейти в другую команду. Поскольку процедуры, по которым идет трансфер, не были обозначены, переговоры велись таким образом. Тренер просто увеличивал сумму контракта в геометрической прогрессии, поэтому спортсмен недолго сопротивлялся. Проба получилась нереалистичной. Хотя бы потому, что у каждого бюджета все равно есть лимит.

Действие по проектированию пробы в правильном направлении может быть таким. Процедура переговоров по контракту включает в себя следующий пункт: клуб-покупатель получает часть прав на имидж игрока, то есть получает процент от рекламных доходов спортсмена. Обычно эта доля составляет 50 процентов. Эту информацию можно использовать для формулировки более выгодного предложения (доля клуба будет меньше на 20%). Но чтобы участник пробы догадался сделать такое действие, он должен иметь представление о том, как устроен трансфер.

Третье. Маркером хорошей пробы является изменение языка, на котором строится коммуникация. Из бытового он превращается в профессиональный. Быть может, вы заметили, как, описывая тот или иной сюжет пробы, я начинаю менять лексику (клиент, пациент, трансфер, консилиум…) Профессионал глубже воспринимает и дифференцирует ту действительность, которой занимается, чем обыватель. Это более полное и точное понимание (я вижу то, что обычный человек не видит, потому и не называет) приводит к появлению терминов. В пробе же используется обратный процесс, используя профессиональную лексику, тьюторант лучше начинает понимать ту реальность, в которую он входит.

Четвертое. При таком понимании коммуникативно-деятельностной пробы особое значение имеет дидактический материал. Часто бывает, что выделенная профессиональная ситуация конкретна, а информация о профессии выдается общая. Например, маркетологу, который должен провести фокус-группу в дидактическом материале рассказывается о деятельности в целом, востребованности профессии, уровне заработной платы и т.д.

Дидактический материал должен быть конкретным и соответствовать сюжету пробы. Если девочка собирается проводить диагностику в профессии кардиолога, то ей нужно дать информацию о том, как проводится обследование сердечно-сосудистой системы.

И последнее, предлагаю в критерии оценки включать профессиональные компетенции. Как можно оценить качество оказания услуги массажиста, не обращая внимания на качество самого массажа? Как можно оценивать решение КЗ диагностика в отрыве от обсуждения правильности постановки диагноза? На данном уровне развития проекта, мы можем четко различать какая компетенция является коммуникативной, а какая профессиональной. Зато это поможет удержать целостность действия в пробе и позволит сохранить ее событийность.