***Научно-методическая статья***

**Коммуникация как основание для деятельностного самоопределения.**

**От профориентации к деятельностному самоопределению.**

Обшаров Константин Иванович,

психолог, АНО "Сетевой институт ПрЭСТО"

В массовом сознании педагогов и родителей России профессиональное самоопределение учеников должно происходить вследствие профориентации. Чаще всего под этим подразумевается прохождение тестов и экскурсии. Задача тестирования, с одной стороны, определить склонности, способности, интенцию человека, с другой стороны, сориентировать в мире профессий, рекомендовать, какие из них подойдут для данного типа личности. Такого рода профориентация имеет, на мой взгляд, два недостатка. Первый. С момента разработки подобных диагностик профессиональный мир сильно изменился и теперь они друг другу не соответствуют. Например, к какому типу профессий относится дизайнер: «Человек-человек», «Человек-знак», «Человек-Техника» или «Человек-природа»? Второй. Отрицание субъектности учащегося. Подразумевается, что есть некий эксперт, который знает, какая профессия лучше всего подойдет тому или иному человеку.

В качестве альтернативы профориентации возникло понятие профессиональное самоопределение. В нем инициатива отдается ученику как субъекту выбора. Основой для принятия решения становится не знание о требованиях профессии, а опыт. В связи с этими изменениями экскурсии сменяются пробами, когда подросток не смотрит, а делает. Идеалом профессионального самоопределения, как и профориентации, является выбор к 11, а лучше к 9 классу (поскольку нужно выбирать профильные предметы), осваиваемой профессии.

Однако, практика АНО «Сетевой институт ПрЭСТО» (семинары «Образовательный капитал современной семьи», тьюторские метапредметные лагеря «Вперед, в будущее!») показала, что завершить профессиональное самоопределение подростку в современном социальном мире к 11 классу зачастую невозможно. Это связано с количеством профессий (более 40000, тогда как в сознании обычного подростка актуальны не более 5) высокой сложностью современных профессий, их развитой специализацией и т.д.

Сейчас, научная группа, к которой я принадлежу, оперирует понятием «деятельностное самоопределение». Оно означает, что к концу 9 и 11 классов ученик должен определиться, что он будет изучать, где это будет делать и с какими людьми. В этой логике поступление на психологический факультет ПГНИУ вовсе не означает, что студент должен стремиться стать психологом. Учась там, он осваивает определенный набор компетенций, например, связанный с эмоциональным интеллектом, не более того. В какой профессии эти компетенции будут востребованными станет ясно только через какое-то количество лет.

**Коммуникация как основание для деятельностного самоопределения.**

Закономерно встает ряд вопросов. Должна ли школа управлять процессом деятельностного самоопределения учащихся, или это должно происходить спонтанно? Если должна, то как развернуть систему деятельностного самоопределения, на каком основании это можно сделать?

В качестве одного из таких оснований нами была выбрана деловая коммуникация. Сейчас появляется огромное количество профессий, в которых коммуникация становится профессиональным инструментом. Вот некоторые из них: профайлер – это специалист по бесконтактной детекции лжи(без использования полиграфа), SMM-менеджер – специалист по продвижению товаров и услуг на социальных площадках в интернете, блогер, BTL-менеджер и т.д.

Деловая коммуникация понимается мной как процесс решения коммуникативных задач, носящих метапредметный характер. Было выделено 5 коммуникативных задач:

1. Оказание услуги.
2. Мотивация.
3. Диагностика.
4. Создание образа в сознании человека.
5. Генерация продукта.

Для решения коммуникативной задачи необходимо обладать определенными компетенциями, решение же задачи приводит к конкретному результату.

 Для качественного оказания услуги нужно уметь выявлять ожидания клиента, фиксировать точно его запрос, помогать сориентироваться в избыточном ассортименте товаров и услуг и т.д. Если задача решена, то клиент испытает удовольствие.

Коммуникативная задача «Мотивация» предполагает умение работать с сопротивлением другого человека, умением фиксировать аргументы оппонента, формулировать контраргументы. Если задача решена, человек начинает действовать в нужном направлении.

Диагностика связана с умением поименовать помеху или причину поломки, с умением перевести диагноз(профессиональный термин) на язык, понятный клиенту, назначить лечение или дать рекомендации и т.д. Как результат, помеха нормальному функционированию устраняется, либо ее воздействие компенсируется.

Генерация продукта – это процесс поиска группой идеи и процесс ее воплощения для решения какой-либо проблемы. При решении данной коммуникативной задачи необходимо вводить участников группы в состояние творческого поиска, фиксировать возникшие идеи, проверять эти идеи на реализуемость. Как результат – инновационный продукт.

Создание образа в сознании другого человека – подразумевает четкое описание образа, определение того, что уже есть в сознании клиента, поиск способов воздействия. В итоге, меняется восприятие и отношение человека к необходимому для профессионала объекту.

Эти коммуникативные задачи присутствуют и решаются во многих профессиях. Но в конкретной профессии часть этих задач являются фоновыми, а одна или две становятся центральными. Например, для терапевта в поликлинике главной является диагностическая задача, а оказание услуги отходит на второстепенный план.

**Коммуникативно-деятельностные пробы.**

Эффективным способом реализации системы деятельностного самоопределения на основе коммуникации, на мой взгляд, являются коммуникативно-деятельностные пробы(КДП).

В КДП моделируется профессиональная ситуация, в которой решается та или иная коммуникативная задача. Учащийся данную задачу пытается решить (не теоретически на бумаге, а практически). Его действия оцениваются, критерии оценки предъявляются заранее.

Критерии оценки появляются в результате декомпозиции коммуникативной задачи. Выделяются компетенции, которыми необходимо владеть, чтобы успешно решить задачу. Затем выделяются признаки в поведении учащегося, по которым можно определить степень сформированности того или иного умения. В соответствии с критериями разрабатываются процедуры оценки результата и составляется техническое задание для учащихся.

Мне представляется, что система КДП должна оформляться как элективное пространство с тьюторским сопровождением. Тьюторское сопровождение осуществляется при выборе коммуникативной задачи учащимися и рефлексии уже пройденной пробы.

Для осуществления самоопределения на основе коммуникации необходимо, чтобы учащиеся осознали метапредметный характер решаемых коммуникативных задач. В связи с этим, процедура выбора и рефлексии в системе КДП имеет несколько особенностей. Выбрав коммуникативную задачу, учащийся дальше должен выбрать две коммуникативно-деятельностные пробы в двух разных профессиях. Например, выбрана коммуникативная задача «создание образа в сознании другого человека», а КДП – в профессиях практического психолога и маркетолога. Рефлексия же должна строится на сравнении двух проб: обсуждении общего(одна и та же коммуникативная задача) и различий (специфичные способы решения коммуникативной задачи в данной профессии).

Итогом деятельностного самоопределения на основе коммуникации может являться следующее высказывание ученика: «Я еще не знаю, какую профессию выбрать, но точно знаю, что в профессии хочу решать … коммуникативную задачу!»

**Профессиональное и деятельностное самоопределение. Точка выбора.**

Напоследок, хочу сказать, что пройдя через КДП и осознав метапрофессиональный характер коммуникативных задач, учащийся оказывается в точке выбора: пойти по пути профессионального или деятельностного самоопределения. Если он выбирает профессиональное самоопределение (понравилась профессия), то ему можно предложить КДП на решение других коммуникативных задач в данной профессии. Если же он выбирает деятельностное (интересна коммуникативная задача), то КДП на решение выбранной коммуникативной задачи в других профессиях, либо другие коммуникативные задачи.