

Возможности проектно-исследовательской деятельности учащихся-подростков в построении их активного взаимодействия с социальной средой

Е.Б. Севостьянова*,
кандидат педагогических наук, руководитель проектно-исследовательской и инновационной деятельности, педагог-психолог ГБОУ СОШ № 820 СЗАО г. Москвы

Представлено описание педагогической практики использования психологических методов сбора и анализа данных в проектно-исследовательской деятельности подростков как основы психолого-педагогической поддержки развития учащихся в школе. На примере проектной работы по созданию социальной рекламы рассматриваются возможности внеурочного формирования ключевых компетенций учеников и профориентационной работы педагога-психолога. Выделяется, что в процессе реализации проекта учащиеся знакомятся с психологическими основами рекламы и некоторыми психологическими методами и методиками как информацией о специфике профессиональной деятельности, определяют свою позицию к ней и степень своей возможной активности в контактах с социумом с опорой на полученные знания и навыки. Обращается внимание, что приведенные в работе результаты исследовательской части проекта получены учащимися, их следует рассматривать как составляющую психолого-педагогического инструментария построения развивающей среды обучения в школе. На основе анализа итогов проекта выдвигается предположение, что проектно-исследовательская деятельность может являться отдельной моделью психологической службы в общеобразовательной школе, внутри которой эффективно решаются все основные должностные обязанности педагога-психолога общеобразовательной средней школы.

Ключевые слова: социальная ситуация развития подростков, проектно-исследовательская деятельность, одаренные дети, ценностные ориентации, психологическая служба школы.

Образовательное пространство школы традиционно является одной из важных составляющих социальной ситуации развития подростка. Но чтобы стать более действенной и активной единицей формирования подрас-

тающего поколения, школе не только необходимо сохранять и развивать традиции высокого качества образования, но и стремиться к открытости, выраженной в гибком реагировании на изменения социальных обстоятельств:

*a_lesa@mail.ru

«...современные педагогическая и психологическая науки исключительное значение придают улавливанию и пониманию всех, даже мельчайших изменений в резко изменившейся культурно-исторической ситуации современного Социума и его составной части – Детства» [6, с. 20]. Безусловно, выиграет школа, в которой эти изменения не только будут учитываться как явления, а станут объектом/средством познания учащимися окружающего мира. Мы полагаем, что требованиям гибкости и оперативности в процессе включения этих новых социальных обстоятельств в учебный процесс в первую очередь отвечает проектная и исследовательская деятельность школьников как форма учебного процесса, которая дает возможность комплексно решать разноплановые педагогические задачи.

В работах В.В. Давыдова, Ю.В. Громыко, Н.Ю. Пахомовой, Е.С. Полат, И.Д. Чечель, И.К. Баталиной, М.А. Барсуковой, С.Е. Шишова и других представлен широкий педагогический потенциал проектной деятельности школьников. Проектная деятельность нормативно-законодательно признана эффективной средой формирования ключевых компетенций учащихся [4; 5]. Но мы уверены, что важную и особую роль в ее формировании играет психологическая служба школы. Именно психолог располагает инструментарием, который поможет определить оптимальный вариант проектно-исследовательской работы как способа психолого-педагогической поддержки развития ученика на всех этапах реализации проекта или исследования.

Выделим основные позитивные моменты такого подхода. На уровне учащегося:

- существенное расширение индивидуализации образовательной траектории;
- повышение эффективности коррекции возникающих затруднений во всех областях компетенций: социально-коммуникативных, метапредметных, эмоционально-личностных, предметных;
- возможность эффективной поддержки одаренных и высокомотивированных детей;
- профессиональное самоопределение с более детальной проработкой выбранных интересов;

- повышение мотивации к учению, доверия к школе и педагогам, развитие диалогического общения;

- поддержка содержательных контактов в семье, внутрисемейного общения;

- развитие социальной инициативности.

На уровне педагога:

- повышение профессиональной компетентности: работа с проектами как одним из приемов системно-деятельностного подхода, поддержка ФГОС в начальной школе и подготовка учителей старшего и среднего звена, формирование понимания, как на практике можно целенаправленно формировать те или иные компетенции учащегося;

- повышение профессиональной самооценки;

- возможности для повышения квалификационного разряда: публикации, победы на конкурсах.

Принципиально важной составляющей такого аспекта работы педагога-психолога является помощь учителю в определении конкретного образовательного результата в зоне ближайшего развития конкретного ученика, достижение которого возможно в виде реализации проекта или исследования. Из опыта работы нашей школы следует, что наиболее востребованными направлениями психологической поддержки методом проектно-исследовательской деятельности являются:

- самореализация одаренных и талантливых детей (расширение и углубление предметных знаний, знакомство с предметными и профессиональными областями вне учебной программы);

- индивидуальная коррекция учебных затруднений внутри школьного предмета (отработка в нетрадиционных формах и способах предметных компетенций внутри учебной программы, достижения личной успешности);

- коммуникативная среда оптимизации взаимоотношений в классном коллективе.

В качестве примера психологической поддержки одаренных учащихся рассмотрим результаты проектно-исследовательской работы группы учеников 8–9-го классов по созданию социальной рекламы. Мы абсолютно согласны с В.С. Юркевич, что «...основная проблема работы с одаренными детьми на сегодня

ня состоит как раз в том, что за важными и серьезными задачами развития интеллекта, саморегуляции, отдельных мотиваций напрочь потерялась главная задача – влияние на цели и ценности одаренного ребенка, его отношения к себе и к людям, на его поиски **жизненных смыслов**» [10, с. 101] и считаем, что анализируемый ученический проект как раз дает возможность отработать именно этот компонент.

Психолого-педагогические цели проекта. Современному подростку 8–9-го классов необходимо самоопределиться [2; 3] в отношении:

- предметного пространства, связанного с выбором профессии (на уровне выбора предпрофильного и дальнейшего профильного обучения);
- взаимоотношения со сверстниками, оптимизировав свои коммуникативные навыки;
- степени своей социальной инициативности, сформировав адекватные механизмы рефлексии и целеполагания, соотнеся их со своей собственной структурой жизненных ценностей.

Мы рассматриваем эти позиции как психолого-педагогические задачи, обязательные для деятельности психологической службы в школе. Их реализация особенно важна для одаренного подростка, который предъявляет повышенные требования и к самому себе, и к окружающей среде. При этом необходимо учитывать, что нормой деятельности¹ в социальной ситуации развития подростка является его тесное взаимодействие с медиа и интернетом. Знаковую часть медиа пространства составляет реклама, а в интернете – социальные сети. В то же время, с позиции педагога, подростку полезно иметь позицию не столько потребителя этих возможностей, сколько их преобразователя. Возможность связать воедино перечисленное в одной форме педагогической работы в нашем случае дал двухгодичный проект, посвященный рекламе: «Жизнь рекламы и реклама жизни», который мы приводим как иллюстрацию реализации функционала педагога-

психолога общеобразовательного учреждения в формате проектно-исследовательской деятельности.

Формирование проектной группы.

Стартовой точкой проекта стала консультация психолога для группы подростков с повышенной мотивацией к учению, обратившихся к нему с вопросом об этичности навязывания телевидением форм поведения. В ходе общения выяснилось, что обсуждаемая ситуация более сложная, чем подростки считали изначально: она содержит морально-этическую, социальную, экономическую, политическую составляющие, и по многим позициям у учащихся нет необходимых знаний даже на уровне представлений. Консультируемая группа с энтузиазмом откликнулась на предложение более детально разобраться в заявленной ими самими проблеме в форме проекта. Для психолога это обращение и яркий проблематизирующий аспект стали идеальной педагогической ситуацией поддержки познавательной мотивации, профессионального самоопределения, межличностного общения. Следует отметить, что это достаточно стандартная ситуация выхода на работу с одаренными и высокомотивированными учащимися методом проектно-исследовательской деятельности. Такие дети чаще всего сами заявляют о своих интересах, которые и являются психологическим и педагогическим ресурсом формирования новых или совершенствования уже имеющихся компетенций. В таком случае важно либо самому педагогу-психологу, либо с его помощью учителю точно определить конкретные компетентностные результаты, которые необходимо достичь в ходе реализации проекта. Они должны лежать в области заявленного учащимися интереса и быть для них, с одной стороны, достижимыми, с другой стороны, иметь некоторую трудность, открывать «новый горизонт» в возможностях, навыках, знаниях, а не лежать в области уже актуальных знаний. К сожалению, очень часто без помощи психолога учитель задает результаты именно в области актуальных знаний и навыков, снижая развивающий потенциал проектов.

¹По О.С. Анисимову, нормой деятельности являются представления, имеющие характер предписаний к фактической реализации [1].

Реализация проекта. Первый год был использован учащимися для изучения морально-нравственного и физического основания возможностей манипуляции сознанием: исследовательская работа «Граница между иллюзией и обманом». Ученики собирали и анализировали информацию по следующим блокам:

- феномен иллюзий восприятия, его использование (учет) в жизни,
- сущность обмана как социального явления,
- основы манипуляции сознанием.

В результате учениками был сделан основной вывод, что принципиально важным в использовании ситуаций информационного искажения действительности является цель человека, осуществляющего это: его нравственный выбор с одной стороны, и согласие, свободный выбор того, по отношению к кому применяется это искажение, с другой (люди согласны смотреть фокусы, использовать иллюзии в дизайне и т. п.). Использование же подобных приемов, приводящих к ущемлению свобод человека, тем более к прямому вреду, недопустимо. В процессе всей работы психологом поддерживался высокий уровень заинтересованности учащихся в продукте проекта, и в результате они высказали желание применить полученные сведения – создать рекламный продукт, который бы продвигал идею, имеющую социальное и гармонизирующее начало. В качестве такой идеи ученики выбрали пропаганду в форме социальной рекламы «возвращения» к реальному общению между сверстниками как альтернативе общения в электронных сетях. Созданные видеоролики планировалось использовать для школьного телевидения.

Состав проектной группы. Для создания такого продукта необходимо было большее число заинтересованных участников, поэтому данная работа реализовывалась и как межшкольное взаимодействие (совместно с ГБОУ СОШ № 129 СЗАО г. Москвы, общее число участников проекта – 13 человек). Таким образом, формирование проектной группы происходило на основе активной инициативы учащихся, поддержанной психологом, и привлечения более «пассивных» по отноше-

нию к идее проекта учеников к уже созданной разработке.

Обучение в ходе проекта. При поддержке методического центра ОУСЗАО на базе школы психологом проводились занятия для участников проекта по принципам создания рекламы и знакомства с организацией исследовательской работы (8 занятий один раз в неделю). В практической части занятий участники проекта убедились, что для эффективной рекламной акции необходимо иметь более точную информацию об особенностях целевой аудитории, в данном случае о жизненных предпочтениях сверстников. В результате было принято коллективное решение о проведении исследовательской части проекта, посвященного изучению структуры жизненных ценностей подростков и анализу ценностного профиля рекламных блоков на телевидении. Функции психолога в основном лежали в области введения подростков в профессиональные области рекламы, социологических и психологических исследований, поддержки интереса и мотивации к продолжению работы, помощи в организации исследований, хотя моделирование ситуации обращения к исследовательской деятельности планировалось как основная педагогическая задача изначально.

Исследовательская часть проекта

1. Психологическое исследование содержания рекламы на ТВ. В ходе проекта было выяснено, что телевизионная реклама имеет ярко выраженную потребительскую направленность на атрибутику престижных показателей стиля жизни и одновременно классического семейного уклада. После организационного занятия, посвященного основам контент-анализа, обсуждению вербальных и невербальных блоков для наблюдений, разработки бланков регистрации и распределению обязанностей, ученики провели исследование содержания рекламы в субботний день с 13.00 до 15.00 на каналах «Первый», «ТНТ» и «Муз ТВ» (рис. 1–3). Фиксировалось вербальное содержание (пометка на графиках «явно») и невербальные сигналы (пометка на графиках «скрытно»).

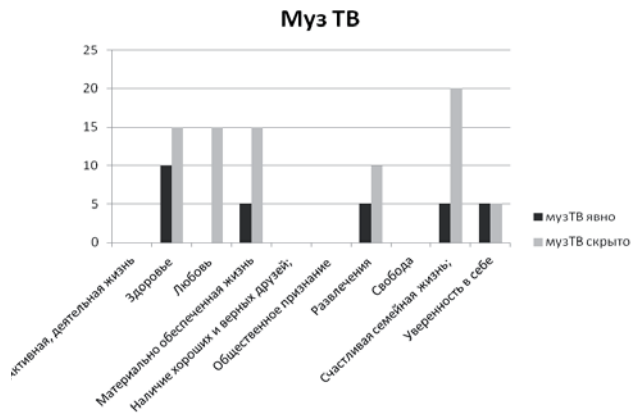


Рис. 1. Результаты контент-анализа рекламы на Первом канале ТВ

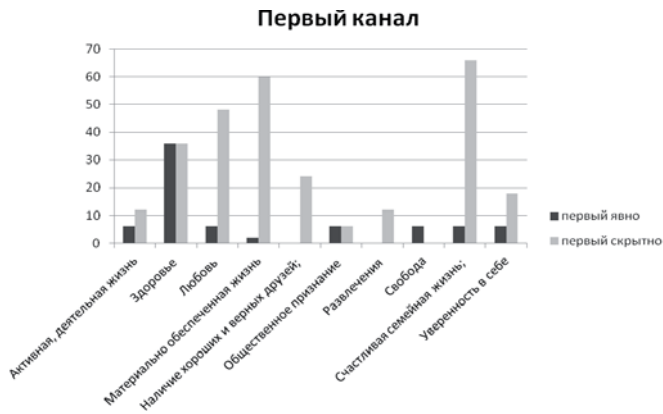


Рис. 2. Результаты контент-анализа рекламы на канале МузТВ

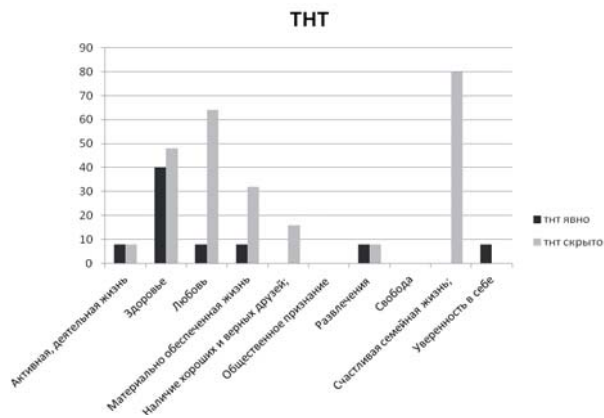


Рис. 3. Результаты контент-анализа рекламы на канале ТНТ

Необходимо подчеркнуть, что и эти и приведенные ниже исследования не являлись целью проекта, а выступали в роли педагогического инструмента, при помощи которого можно легко продемонстрировать учащимся особенности профессиональной области рекламы, эффективности использования психологических методов (тем самым познакомив с этими профессиями), подвести их к мысли, что прежде чем использовать такие знания, нужно выработать свою собственную жизненную позицию, степень своей социальной активности и т. п.

2. Психологическое исследование жизненных целей подростков. Результаты второго этапа исследовательских работ по подготовке рекламных роликов показали, что юношам более важны ценности, связанные с друзьями, свободой и здоровьем, а девушкам – с любовью и близкими отношениями, уверенностью в себе и со здоровьем (выборка 32 человека, методика – упрощенный опросник М. Рокича (модификация Т. Гущиной, опросник выбран по рекомендации психолога как более лаконичный, инструкции и рекомендации по работе с ним даны на очередном занятии), рис. 4). Стало очевидно, что именно на них следует ориентироваться при создании собственного продукта социальной рекламы как на характеристики целевой аудитории.

Из-за отличий в ценностных профилях юношей и девушек необходимо было реализовать гендерный вариант построения сюже-

тов рекламы. В результате было создано два рекламных ролика, которые были использованы для демонстрации на мероприятиях по формированию здорового образа жизни и в практике школьного телевидения. При опросе зрителей во время просмотра была выявлена 100 % узнаваемость целевой аудиторией «своих» гендерных роликов, которые воспринимались более позитивно.

Итоги проекта. Результаты проекта размещены на сайте проекта: <https://sites.google.com/site/koectooreklame>. Ярким проблематизационным моментом, способствующим, с нашей точки зрения, ценностному самоопределению участников проекта, стало сопоставление ценностных профилей рекламной продукции телевидения и результатов их собственного исследования сверстников. Стала очевидной разница между тем, что явно или скрытно навязывается рекламой на телевидении, и стремлениями реальных учеников. Это вывело участников проекта на более критичное и осознанное восприятие массмедиапродукции. Особое потрясение учащиеся испытали, обнаружив, что такие важные социальные ценности, как общественное признание, уверенность в себе, свобода, наличие верных друзей, практически не представлены. В частности, участник А.А. сказал, что теперь ему абсолютно понятно, почему «так много курящей, пьющей и матерящейся молодежи, которая не знает, куда себя деть, – насмотрелись рекламы! Я так не хочу!»

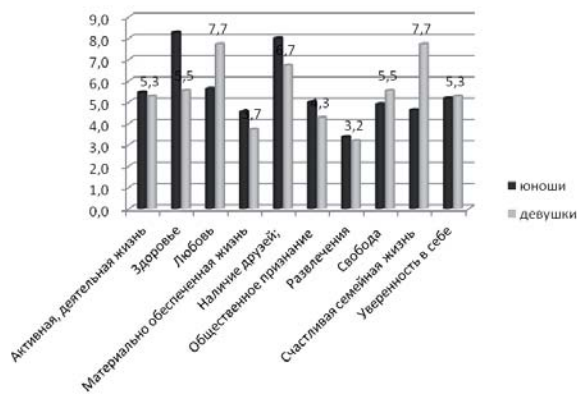


Рис. 4. Результаты исследования жизненных целей сверстников

В ходе **рефлексии итогов** работы по проекту ученики отметили:

- формирование у себя отношения к рекламным продуктам вокруг себя;
- повышение уровня ответственности к тому, что они говорят и делают, с точки зрения оказания влияния на людей;
- интерес по поводу знакомства с профессиональной областью рекламы;
- удовлетворение от общения друг с другом и с педагогами;
- возникновение убеждения, что от них самих зависит, в каком мире они будут жить, и что этот мир можно и нужно преобразовывать в лучшую сторону, чтобы приносить пользу себе и другим людям.

Можно предположить, что эти обобщенно представленные высказывания подростков являются косвенным доказательством, что поставленные психологом задачи по под-

держке профессионального самоопределения учащихся, формирования у них социально значимых жизненных ценностей, развития ключевых компетенций междисциплинарного и метапредметного уровней были решены успешно. Но, безусловно, подтверждение этого предположения требует проведения дополнительных исследований.

Представленный опыт работы является одним из возможных вариантов организации психолого-педагогической поддержки одаренных учеников, область интересов которых существенно превышает возможности учебных программ и традиционных форм воспитательной работы в школе. Мы полагаем, что сопровождение психологом проектной деятельности учащихся может быть рассмотрено как вариант его функциональных обязанностей в новой модели психологической службы общеобразовательной школы.

Литература

1. Анисимов О.С. Методология: сущность, становление (динамика и связь времен). М., 1996.
2. Громыко Ю.В. Метод В.В. Давыдова / Учебная книга для управленцев и педагогов. М., 2003.
3. Громыко Ю.В. Разработка нового содержания образования и развитие интеллектуальных способностей старших школьников. Формирование научности XXI века в образовании. М., 2001.
4. Закон об образовании РФ. Электронная версия: http://www.educom.ru/ru/documents/prav_akt/federal/3266_1.pdf
5. Программа «Развитие образования города Москвы на 2012–2016 гг. «Столичное образование». Электронная версия: http://www.educom.ru/ru/documents/target_grant/razrab/
6. Фельдштейн Д.И. Психолого-педагогическая наука как ресурс развития современного соци-

ума // Психологическая наука и образование. 2012. № 1.

7. Чечель И.Д. Исследовательские проекты в практике обучения // Практика административной работы в школе. 2003. № 6.

8. Чечель И.Д. Метод проектов или попытка избавить учителя от обязанностей всезнающего оракула // Директор школы. 1998. № 3.

9. Шишов С.Е. Структура и содержание проектной деятельности: Проектная деятельность на уроках технологии в 5–9-х классах / С.Е. Шишов, В.А. Кальней, Е.А. Мищенко, Т.М. Матвеева // Стандарты и мониторинг в образовании. 2005. № 2.

10. Юркевич В.С. Одаренные дети: сегодняшние тенденции и завтрашние вызовы // Психологическая наука и образование. 2011. № 4.

Perspectives of research and project activities in adolescent students used for building their active interaction with social environment

E. B. Sevostyanova,

*PhD in Pedagogy, educational psychologist,
secondary general education school № 820, Moscow*

A teaching practice is described that uses psychological methods of data collection and analysis in research and project activities of adolescents as the basis for school psychological and educational support of students' development. On the example of project activity of social advertising creation, the opportunities for extracurricular formation of key competencies in students and career guidance by educational psychologists are considered. We emphasize that during their project realization, students are introduced to the psychological basics of advertising and to some psychological methods and techniques as information about the specifics of professional activities. They determine their attitude to it and the extent of their possible activity in contact with society, building on their knowledge and skills. It is noted that the results of the research project are obtained by students, and they should be considered as a component of psychological and pedagogical tools of building the developmental learning environment at school. Analyzing the results of the project, we propose that research and project activities can be a separate model of psychological services in secondary school, within which all the main duties of educational psychologist at secondary school are effectively addressed.

Keywords: social situation of adolescent development, research and project activities, gifted children, values orientations, school psychological services.

References

1. Anisimov O. S. Metodologija: sushhnost', stanovlenie (dinamika i svjaz' vremen). M., 1996.
2. Gromyko Ju. V. Metod V. V. Davydova / Uchebnaja kniga dlja upravlencev i pedagogov. M., 2003.
3. Gromyko Ju. V. Razrabotka novogo sodержanija obrazovanija i razvitie intellektual'nyh sposobnostej starshih shkol'nikov. Formirovanie nauchnosti XXI veka v obrazovanii. M., 2001.
4. Zakon ob obrazovanii RF. Jelektronnaja versija: http://www.educom.ru/ru/documents/prav_akt/federal/3266_1.pdf
5. Programma «Razvitie obrazovanija goroda Moskvy na 2012–2016 gg. «Stolichnoe obrazovanie». Jelektronnaja versija: http://www.educom.ru/ru/documents/target_grant/razrab/
6. Fel'dshtejn D. I. Psihologo-pedagogicheskaja nauka kak resurs razvitija sovremennogo sociuma // Psihologicheskaja nauka i obrazovanie. 2012. № 1.
7. Chechel' I. D. Issledovatel'skie proekty v praktike obuchenija // Praktika administrativnoj raboty v shkole. 2003. № 6.
8. Chechel' I. D. Metod proektov ili popytka izbavit' uchitelja ot objazannostej vseznajushhego orakula // Direktor shkoly. 1998. № 3.
9. Shishov S. E. Struktura i sodержanie proektnoj dejatel'nosti: Proektnaja dejatel'nost' na urokah tehnologii v 5–9-h klassah / S. E. Shishov, V. A. Kal'nej, E. A. Mishhenko, T. M. Matveeva // Standarty i monitoring v obrazovanii. 2005. № 2.
10. Jurkevich V. S. Odarennye deti: segodnjashnie tendencii i zavtrashnie vyzovy // Psihologicheskaja nauka i obrazovanie. 2011. № 4.