**Системно-деятельностный подход в формировании метапредметных результатов: из опыта проектной деятельности с младшими школьниками**

Михайлова Лариса Николаевна,

учитель начальных классов

МАОУ «Гимназия № 33» г. Перми

Федеральные государственные образовательные стандарты ставят перед учителем задачу не просто дать ученику определенный объем знаний и умений, а организовать образовательный процесс на основе системно-деятельностного подхода таким образом, чтобы ученик самостоятельно овладел способами деятельности и в дальнейшем применил эти способы в жизни. Умения, которые формируются у  ученика в ходе овладения данными способами деятельности, в ФГОС нового поколения обозначены в качестве метапредметных результатов и включают определенный набор универсальных учебных действий.  Однако  именно формирование метапредметных результатов вызывает сегодня определенную трудность у учителя, поскольку готовых механизмов их достижения никто не представил. В связи с этим особую актуальность приобретает проблема поиска эффективных механизмов формирования метапредметных результатов.

Анализ имеющихся ресурсов обучения показал, что большим потенциалом для формирования различных универсальных учебных действий обладает такие виды деятельности, как проектирование, поскольку в ходе проектирования создается специальная ситуация, в которой эффективно формируются регулятивные, познавательные и коммуникативные учебные действия.

Большие возможности для формирования универсальных учебных действий открывает интеграция учебной и внеучебной деятельности. Поясню это на примере организации участия детей в общегимназическом проекте «Благотворительная акция «День Семьи»». Данный проект помогает привлечь внимание учащихся и родителей к проблемам благотворительности, милосердия, патриотизма, способствует социализации школьников. Уже в течение трёх лет мне удаётся в классах (у меня два класса – 1-й и 4-й) создать условия для успешного участия детей в этом проекте. Успешная реализация проекта – стимул и база для формирования личностных качеств учащихся, особенно первоклассников.

Анализируя опыт прошлых лет, совместно с детьми определили наиболее значимые аспекты нашей совместной деятельности по достижению результата.

1. **Привлечение наибольшего числа участников** (дети, родители, бабушки, дедушки, сёстры, братья) в бизнес-проект «День Семьи».Конечно,главное транслирующее звено – дети. Если ребёнок заинтересован - родители откликаются**.** На первом этапе провожу классный час на тему «Что такое благотворительность?», в рамках которого проходит дискуссия по вопросам: Был ли кто-то из вас благотворителем? Что значит быть благотворителем?, Четвероклассники делятся с первоклассниками своим жизненным опытом оказания бескорыстной (безвозмездной) помощи тем, кто в этом когда-то нуждался. Оказалось, что только около 20% детей в классе слышали слово «благотворительность», а знают его значение и используют данное слово в речевой практике - только 7%. На втором этапе проходят мастер-классы под девизом «Сделай сам». Четвероклассники показывают младшим товарищам, как изготовить пауков из фольги, малыши делятся друг с другом своими находками, родители помогают освоить четвероклассниками способы плетения из шпагата и изготовления поделок из природного материала. В ходе работы выстраивается своеобразная «Паутина Дружбы»: дети творят, общее дело становится значимым, сплачивая детей и взрослых.
2. **Выбор успешного стратегического решения (идея).** Анализируя опыт прежних лет, стало ясно, что создавая поделки своими руками, мало шансов получить большую прибыль и быть в лидерах. Учащиеся четвёртого класса уже имели трёхлетний опыт участия в подобных мероприятиях. В первый раз «фишкой» класса было открытие компьютерного клуба. Конкурентов в этом направлении тогда не было, и мы, получив высокую прибыль, одержали победу. На следующий год клуб «Геймер» снова был открыт, но появились конкуренты. Мы понимали, что если товар является однородным у всех продавцов и имеет примерно одинаковое качество, возникнут трудности в его реализации. Возникла необходимость воплощения новой идеи. В процессе групповой работы участники проекта выдвинули гипотезы прибыльного бизнеса продажи игрушек: идея новая, ранее никем в гимназии не выдвигалась; мягкие игрушки всегда пользуются популярностью и среди взрослых, и детей, спрос на них стабильный; игрушки можно сшить своими руками; у каждого дома накопилось много игрушек, которыми никто давно не играет («Мы – будущие выпускники начальной школы! Мы – взрослые!»); бизнес отличается копеечной стоимостью и высокой наценкой; продажу мягких игрушек можно считать прибыльным и перспективным делом.

Конечно, любая выдвигаемая идея – это риск. Но мы рискуем не зря. На третий год появился новый замысел организации отдыха детей на батуте. Идея оказалась оправданной и принесла плоды (у нас снова первое место).

**3) Соблюдение закона спроса и предложения.** Под спросом всегда подразумевается платёжеспособный спрос. При составлении бизнес-плана необходим учёт целевой аудитории (что вызывало интерес три года назад, сейчас интереса не вызывает). Мы ориентировались на то, что наиболее большой процент покупателей составляют учащиеся младших классов, и им будет интересно пойти на батут.

**4) Необходимость следовать идиоме «Не кладите все яйца в одну корзину!»** Выпуск одной и той же продукции может обеспечить крах в связи с отсутствием спроса. Чтобы исключить возможность возникновения такой неприятной ситуации, пришли к выводу, что бизнес необходимо развивать в разных направлениях. Если капитал вложен в несколько отраслей, вероятность потерь снижается. Объединились два бизнеса (двух классов), решили разработать совместный бизнес-проект.

**5) Необходимость применения гибкой ценовой политики.** Цены ориентированы на благотворительность и в процессе могут изменяться в зависимости от спроса и платёжеспособности покупателей. В процессе работы возникали вопросы, вызывающие острые споры: А если товар не будут покупать? Что делать, если кто-то вернёт купленный товар? и др.

**6) Создание грамотной рекламы.** Всем известно, что реклама – двигатель торговли. На уроках русского языка дети знакомятся с понятием «рекламный текст», с помощью учителя открывают правила составления рекламного текста и приобретают опыт его создания. На уроках математики дети знакомятся с задачами, направленными на товарно-денежные отношения (подсчитывают прибыль, убытки, открывают способы безубыточной рекламы), решают их, пытаются составлять новые задачи. На классных часах учащиеся выбирают название нашего предприятия. В ходе изучения научно-познавательной литературы мы остановились на названии «Благотворительный фонд «Подсолнух»». У европейцев подсолнух символизирует благодарность. По гороскопу подсолнух – удивительный цветок, символ жизненной энергии и силы. В геральдике подсолнух – символ солнца, тепла и мира. На уроках окружающего мира дети осваивают понятия «реклама», «менеджмент», «бартер», «промоутер», «товар», «бизнес»; готовят сообщения о подсолнухе. Уроки изобразительного искусства, технологии и музыки помогли смоделировать символ нашего фонда и выучить песню. Родители совместно с детьми создали презентацию, рекламирующую наше предприятие и нашли партнёров (реклама ради рекламы). Создавая рекламу фирме по оформлению воздушными шарами на нашем грандиозном событии, фирма с удовольствием приняла участие в рекламировании нашего фонда. В результате в течение всего праздника первый этаж гимназии украшала фигура подсолнуха из гелевых шаров, которые были предоставлены нам бесплатно.

1. **Толерантное отношение к происходящему вокруг, к окружающим нас людям.** Всех нас объединяет общее дело – благоустройство нашего общего дома – родной гимназии! Ребята обсуждают ситуации, которые могут возникнуть на Дне благотворительности (у первоклассника мало денег, а ему очень понравилась игрушка, он плачет; продавец пришёл на работу не в настроении и грубо разговаривает с покупателем; продавец стоит за прилавком, не замечая покупателей, товар разложен небрежно, ценники отсутствуют; промоутер стоит в людном месте, навязчиво рекламирует товар, спорит с клиентами, употребляя в речи «слова-сорняки», небрежно разбрасывает повсюду рекламные листовки). В ходе инсценирования ситуаций, учащиеся анализируют поступки героев, предлагая возможные пути исправления ошибок. Моделируются правила толерантного отношения: будь милосердным и гуманным; будь всегда внимательным к окружающим, стремись учитывать интересы других; будь вежливым, не вступай в споры и пререкания, не отвлекайся от исполнения своих обязанностей; воспитывай в себе интеллигентность; относись к другим людям так, как хочешь, чтобы относились к тебе и др.

**8) Привлечение к общему делу родителей-спонсоров.** Паучки, сделанные своими руками за десять условных единиц, прибыли в 21 веке не принесут. Эта работа преследовала другие немаловажные цели - сплочение коллектива, развитие мотивации к предстоящему делу. Основные благотворители – это наши родители. В каждом классе есть родители-спонсоры, готовые вложить материальные средства на благо гимназии (покупка сладостей с учётом городского рейтинга продаж, вручение сока за участие в игре или при посещении нашего магазина, аренда батута и др.), или родители-организаторы, способные воодушевить других.

Таким образом, системное участие в общегимназических проектах, компетентностный подход к образованию, интеграция учебной и внеучебной деятельности, взаимодействие детей, родителей, учителя в процессе реализации бизнес-планирования, совместная рефлексия способствуют формированию метапредметных результатов учащихся и успешной социализации в дальнейшем. Внутренний результат, опыт деятельности, становится бесценным достоянием школьника, соединяя в себе знания и умения, компетенции и ценности. А это и является продуктом системно-деятельностного подхода в получении метапредметных результатов.

Библиографический список

1.Белобородов Н.В. Социальные творческие проекты в школе.  М.: Аркти, 2006.

2.Сергеев И.С. Как организовать проектную деятельность учащихся. – М., 2005.