

Научная статья

УДК 378.147 © С. В. Матюшенко, О. В. Фрик

DOI: 10.24412/2225-8264-2024-2-748

Ключевые слова: кейс, кейс-технология, обучающиеся, этика, методическая схема

Keywords: case, case technology, students, ethics, methodological scheme

МЕТОДИЧЕСКАЯ СХЕМА РАБОТЫ С КЕЙСОМ В КОНТЕКСТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ЭТИКИ

Матюшенко С. В.¹
Фрик О. В.²

Аннотация. Знание различных технологий обучения помогает не только совершенствовать учебный процесс, но и дает возможности оценить их применение в различных образовательных пространствах. Авторы статьи на основе анализа особенностей кейс-технологии предлагают рассмотреть ее плюсы при преподавании этики в высшем учебном заведении. Кейс-технология позволяет соединить теорию с практикой, применить теорию в контексте зрения реальных событий, с её помощью представляется возможным пробудить интерес у обучающихся в изучении предмета, также происходит деятельностное усвоение знаний и развитие навыков посредством самостоятельно проведенного сбора, обработки и анализа информации. Авторы статьи разработали методическую схему работы с кейсом для этики. Авторы показывают, что данная методическая схема может быть применена в контексте преподавания этики в вузе. Предложенная методическая схема работы с кейсом состоит из шести шагов, освоение каждого из которых позволяет обучающимся не ограничиваться простым восприятием классических теорий и чтением философских текстов, а выработать свое собственное мнение по этическим вопросам. Кейс-технология демонстрирует высокую степень эффективности, поэтому рекомендуется для применения в процессе преподавания курса этики в вузе.

¹Матюшенко Светлана Владимировна — доктор педагогических наук, доцент, старший преподаватель кафедры уголовного процесса, Омская академия МВД России (Россия, г. Омск, пр. Комарова, д. 7)
E-mail: md.sinichka@mail.ru
ORCID: 0000-0002-5188-2379

²Фрик Ольга Владимировна — кандидат философских наук, доцент, руководитель Научно-консалтингового центра, Финансовый университет при Правительстве РФ, Омский филиал (Россия, г. Омск, 644099, ул. Партизанская, д. 6)
E-mail: OVFrik@fa.ru
ORCID: 0000-0002-5461-410X

Поступила в редакцию:
8.04.2024

METHODOLOGICAL SCHEME FOR WORKING WITH A CASE IN THE CONTEXT OF TEACHING ETHICS

Svetlana V. Matyushenko

Doctor of Pedagogical Sciences, Senior Lecturer, Omsk Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia

Olga V. Frik

Candidate of Philosophical Sciences, Head of the scientific and consulting Center, Financial University under the Government of the Russian Federation (Omsk Branch)

Abstract. Knowledge of various teaching technologies helps not only to improve the educational process, but also makes it possible to evaluate their application in various educational spaces. The authors of the article, based on an analysis of the features of case technology, propose to consider its advantages when teaching ethics in a higher education institution. Case technology allows you to combine theory with practice, apply theory in the context of real events, with its help it is possible to awaken students' interest in studying the subject, and also actively acquire knowledge and develop skills through independently conducted collection, processing and analysis of information. The authors of the article developed a methodological scheme for working with a case study for ethics. The authors show that this methodological scheme can be applied in the context of teaching ethics at a university. The proposed methodological scheme for working with the case consists of six steps, mastering each of which allows students not to limit themselves to simply perceiving classical theories and reading philosophical texts, but to develop their own opinions on ethical issues. Case technology demonstrates a high degree of effectiveness, therefore it is recommended for use in the process of teaching an ethics course at a university.

Название кейс-технологии происходит от английского «case». Case study — это технология обучения, которая основана на описании реальной или гипотетической ситуации, требующей решения или действия. Кейс-технология — это подход к обучению, который используется в настоящее время в различных образовательных программах. Он предполагает изучение реальных ситуаций из бизнеса, медицины, общественной жизни и других областей, чтобы применить полученные знания к анализу и решению практических проблем.

Суть кейса-технологии заключается в том, что студентам предоставляются особые задания (кейсы), в которых присутствуют — описания реальных ситуаций, с которыми сталкиваются профессионалы в их области. Студенты анализируют эти задания кейсы, выявляют проблемы, разрабатывают стратегии и предлагают решения в соответствии с тем, что они изучали в ходе учебного процесса.

Кейс-технология активизирует интеллектуальную деятельность студентов, помогает им сформировать развивать навыки критического мышления, принятия решений и работы в команде. Он также обучает студентов работать с реальными проблемами, что придает образованию большую практикоориентированность и удовлетворяет современным требованиям рынка труда.

Решить кейс — значит понять проблему, проанализировать все имеющиеся данные и предложить один или несколько вариантов решения проблемы.

Ю. П. Сурминым [1] выделены основные требования к содержанию кейса,

среди которых:

- соответствие тематике и четко поставленной цели обучения;
- актуальность и реальность информации, представленной в кейсе;
- направленность на развитие аналитических и критических способностей обучающихся;
- оптимальный уровень сложности (возможен дифференцированный подход к выдаче кейса микро-группе);
- побуждение к дискуссии на этапе поиска и обсуждения проблемы;
- возможность принятия нескольких вариантов решения кейса.

Источниками создания кейсов могут быть: реальные случаи из жизни; типовые ситуации профессиональной деятельности; фрагменты из литературы; статистические и другие материалы, соответствующие требованиям к структуре и содержанию кейса.

Действия преподавателя при применении кейс-технологии состоят из следующих позиций:

- 1) создание кейса или применение уже имеющегося;
- 2) формирование малых групп обучающихся (3-6 человек);
- 3) погружение обучающихся в ситуацию, знакомство с системой оценивания решений проблемы, сроками выполнения заданий, организация работы в малых группах, назначение докладчиков;
- 4) организация презентации решений кейса;

- 5) организация общей дискуссии;
 - 6) резюмирующее выступление преподавателя, анализ ситуации;
 - 7) оценивание обучающихся.
- Работа обучающихся с кейсом:
- 1 этап — погружение в ситуацию, ее особенности;
 - 2 этап — выявление ключевой проблемы,
 - 3 этап — предложение гипотез, тем для «мозгового штурма»;
 - 4 этап — анализ принятого решения;
 - 5 этап — решение кейса — предложение финального варианта последовательности действий [1].

Кейс-технология позволяет соединить теорию с практикой, применить теорию в контексте зрения реальных событий. Кейс-технология дает возможность заинтересовать обучающихся в изучении предмета, способствует деятельностному усвоению знаний и навыков в ходе самостоятельно проведенного сбора, обработки и анализа информации. Ранее авторами опубликовались статьи о различных аспектах кейс-технологии [2, 3, 4].

Нами видятся преимущества кейс-технологии в следующем:

- у обучающихся развивается умение слушать и понимать других, работать в команде;
 - обучающиеся начинают логически мыслить, формулировать вопрос, аргументировать ответ, делать собственные выводы, выражать свое мнение.
- Качественным результатом применения кейс-технологии выступает развитие следующих устойчивых навыков решения практических задач:
- структурирования информации;
 - освоения технологий выработки управленческих решений оперативного, тактического и стратегического типов;
 - актуализации и критического оценивания накопленного опыта;
 - коммуникации в ходе коллективного поиска и обоснования решения.

Рассмотрим методическую схему работы с кейсом в контексте преподавания этики в образовательной организации высшего образования. В этой схеме будет показано, как с помощью анализа предложенных практических случаев из профессиональной деятельности можно перевести возникающие спонтанные интуитивные суждения при решении предложенных кейсов в обдуманные и обоснованные суждения для данной профессиональной деятельности. Ввиду большого числа возможных практических случаев профессиональной деятельности и различной степени их сложности, обозначенная схема обязательно должна оставаться достаточно общей, чтобы ее можно было адаптировать к конкретному случаю, конкретной группе и конкретным целям обучения.

В качестве примера работы с данной схемой рассматривается этика. Задача обучения этики в данном случае, состоит в том, чтобы имеющиеся различные интуитивные суждения относительно какой-то профессиональной задачи оценить критически, чтобы затем прийти к взвешенному и хорошо обоснованному суждению. Отправной точкой в предложенной для ос-

воения методической схемы является первое спонтанное суждение.

Технологически предлагаемая методическая схема работы с кейсом состоит из 6 шагов.

Шаг первый — конкретный случай из профессиональной деятельности (кейс-задание).

При изложении практической ситуации необходимо позаботиться о том, чтобы именно этическая проблема находилась на переднем плане или ее можно было легко выделить. При этом необходимо помнить, что если практическая ситуация поднимает слишком много интересных разноплановых вопросов, то реальная задача преподавания этики может легко затеряться. Поэтому, чтобы излишне не затруднять дискуссию на первом шаге, всем участникам должно быть ясно разъяснено, что этика — это прежде всего наука о морали, поэтому решение конкретного случая следует предлагать с моральной точки зрения.

Вымышленные случаи, не оторванные от действительности, обычно так же мотивируют учащихся, как и реальные, поэтому иногда имеет смысл построить кейс-задание таким образом, чтобы в центре внимания оказалась такая этическая проблема, для решения которой не требуется слишком много экспертных знаний. При этом этический аспект практической ситуации часто можно подчеркнуть лишь с помощью вопроса.

В качестве примера можно рассмотреть рекламу шоколадной пасты «Нутелла», выпущенную в 2012 г. За эту рекламу производителю пришлось судиться и выплачивать компенсации клиентам. Поводом стал маркетинговый прием, вводивший клиента в заблуждение относительно полезности продукта. Маркетологи обещали «простые, качественные продукты — фундук, обезжиренное молоко и какао». В действительности ингредиенты оказались не такими уж полезными. На этикетке значилось, что небольшое количество Nutella содержит 200 ккал, 11 г жиров и 21 г сахара.

Шаг 2 — спонтанное суждение.

В начале процесса решения кейс-задания каждому студенту должно быть предложено написать письменное спонтанное решение (с кратким обоснованием) по рассматриваемому конкретному случаю из профессиональной деятельности. Студентам должно быть пояснено, что это предварительное решение, которое выносится на основе ограниченной информации и критериев и которое может быть изменено или полностью отклонено в рамках всего процесса принятия решения. При этом им не рекомендуется начинать подробное обоснование кейс-задания.

Спонтанное суждение выполняет две основные функции. С одной стороны, спонтанное суждение служит должно стать исходной позицией для поиска решения кейс-задания с этической точки зрения и заставить задуматься над поставленным этическим вопросом в процессе решения кейс-задания, о котором многие студенты, возможно, никогда раньше не задумывались. С другой стороны, спонтанное суждение может стать базой для окончательного суждения, особенно если получен новый этический результат.

Пример спонтанного суждения: «Этическая проблема этой рекламы — обман покупателей».

Шаг 3 — фактический анализ.

На этом этапе может возникнуть необходимость в дополнительной информации. Особенно, если учесть, что спонтанные суждения часто содержат непроверенные утверждения о фактах, которые станут основой решения кейс-задания. Здесь интересным приемом может стать споры по поводу истинности утверждений в качестве спонтанного суждения. Поэтому спонтанные суждения скорее должны быть поводом для дальнейшего сбора информации и в рамках всего процесса вынесения решения всегда может возникнуть необходимость в разъяснениях. Необходимое (хотя и не всегда легкое) получение информации может осуществляться на лекциях, в совместных исследованиях, в подготовке междисциплинарных проектов и многого другого.

Примером в работе с данным случаем может послужить сбор более подробной информации о продукте из различных источников.

Шаг 4 — этический анализ при решении кейс-задания включает в себя несколько вариантов действий.

По нашему мнению, этический анализ является очень важным, так как он предполагает поднятие спонтанного суждения на следующий, более высокий уровень обоснования по сравнению с первичным вариантом, появившийся при решении кейс-задания при использовании принятых обучающимися критериев.

В зависимости от конкретной цели занятия отдельные подэтапы учебная группа может выполнять независимо друг от друга. Преподавателем также могут предлагаться разные варианты проектирования по разным основаниям.

- анализ интересов

данный анализ связан с выявлением предполагаемых интересов всех лиц или учебных групп, непосредственно затронутых решением кейс-задания. При этом могут быть обнаружены конфликтующие интересы, интересы, касающиеся ценностей личности или норм поведения, а также индивидуальные интересы.

Пример: «Кто и почему мог быть заинтересован в появлении такой рекламы?» — Этот рекламный плакат затрагивает самые разные группы интересов. С одной стороны, компания, стоящая за самим продуктом, заинтересована в обеспечении высоких продаж и представлении своего продукта как привлекательного для клиентов. Поэтому ясно, что она считает этот обман беспроблемным. Потенциальные или существующие клиенты Nutella представляют собой всеобъемлющую группу интересов. Они не хотят, чтобы их обманывали, а скорее хотят получить реалистичное представление о продукте и поэтому считают этот вопрос проблематичным. В частности, на стороне клиента родители и их дети также могут рассматриваться отдельно. Родители скорее предпочли бы такие внешние воздействия (к которым относится реклама), которые способствовали бы развитию стремления ребенка к здоровому образу жизни. Однако в случае с этой рекламой всё с точностью до наоборот. Поскольку растущие дети находятся под сильным влиянием внешних воздействий, таких как реклама, в их интересах также не быть обманутыми, поскольку в долгосрочной

перспективе это приводит к формированию ложных убеждений.

- анализ ценностей и норм

данный подэтап продолжает предыдущий. Здесь отдается предпочтение определенным ценностям или нормам и тем самым, формируются и поддерживаются определенные решения или границы при решении кейс-задания. Причем приоритетным вариантом должна стать опора на базовые этические позиции человека.

В этом контексте возникает вопрос, оправдано ли с этической точки зрения создание у потребителя ложного представления о собственном продукте, в данном случае представляя «Нутеллу» как очевидно здоровую пищу.

- разработка собственного аргумента

далее студентов просят разработать свои собственные аргументы при обосновании своего спонтанного суждения. Здесь, со стороны преподавателя, логично предложить студентам сделать это с помощью модели аргументации С. Тулмина [5], который разбивает аргумент на шесть составляющих его частей: утверждение, данные, основание, квалификатор, оговорка и поддержка. Это поможет студентам привести в форму собственные аргументы или даже контраргументы в отношении высказанного спонтанного суждения в ходе решения кейс-задания. По нашему мнению, опора на мнение ученого приведет к большей ясности, заставит людей улучшать свои аргументы, модифицировать их или даже поменять собственную позицию, если будут обнаружены логические ошибки.

Возможный пример собственных выводов: С одной стороны, потребителю сообщают ложные факты о пользе продукта для здоровья, и в то же время ранее неинформированные потребители, например дети, не получают реалистичного представления о пасте «Нутелла».

- анализ аргументов других людей

при решении кейс-задания может быть полезным учет дополнительной информации из газет (статей, писем в редакцию, даже из бульварных журналов), ток-шоу, социальных институтов (советов по этике, церквей, ассоциаций). и т. д.). Из такой информации часто можно получить аргументированные суждения по проблеме, заложенной в кейс-задании. Делается это путем проверки выявленной информации на предмет последовательности или скрытых позиций. Все эти действия является эффективным упражнением для студентов.

Однако надо учитывать, что разбор чужого суждения может сильно повлиять на обучающегося, в частности возможно изменение его суждения.

Пример рассуждений: Проблему данной рекламы можно рассматривать с точки зрения основных этических позиций. С позиций утилитаризма (образцовый пример консеквенциализма) Джона Стюарта Милля, руководящим принципом является следующий: государство должно обеспечить «величайшее счастье наибольшего числа людей». Здесь вступают в действие четыре основных принципа. Согласно принципу последствий, рекламу следует оценивать как этически проблематичную, поскольку последствия негативны

для клиентов (родителей и детей) как более крупных групп интересов, нуждающихся в защите. Распространяемая дезинформация может привести к тому, что люди, которые действительно хотят питаться здоровой пищей, непреднамеренно начнут вести себя неправильно. Согласно принципу полезности, последствия настоящего действия, то есть рекламной стратегии, негативны, поскольку они ухудшают жизнь людей по сравнению с последствиями альтернативы, такой как представление «Нутеллы» как эпизодического продукта роскоши, что означало бы реалистичное позиционирование продукта. Текущий подход к рекламной стратегии предполагает обман клиентов, но, скорее всего, приведет к улучшению показателей продаж компании. Упомянутое альтернативное позиционирование будет иметь преимущество для клиентов, поскольку они научатся правильно оценивать продукт. С другой стороны, это будет означать снижение продаж компании. Принцип гедонизма гласит, что жизнь людей улучшается, когда они получают то, что хотят. Проблема здесь в том, что группы интересов, дети и родители, не получают того, чего хотят (т.е. реалистичное представление о продукте), а компания получает (т.е. высокие показатели продаж). Поэтому важно следовать принципу общности. Согласно принципу общности, рекламный плакат должен улучшать жизнь не только отдельных людей, но и общества в целом. Потребители составляют значительно большую часть общества, нежели представители компании-производителя. Соответственно, интересы вышеупомянутых групп, таких как родители или дети, должны иметь приоритет над представителями компании. Кроме того, на частном уровне эти сотрудники также являются потребителями, которые также не хотят быть обманутыми.

Шаг 5 — окончательный вердикт

На основании проведенных действий, которые начались на основе спонтанных решений, должно быть вынесено окончательное решение кейс-задания, которое может быть опубликовано. В публикации предлагается свое суждение, поэтому это создает обязательства и побуждает студентов брать на себя ответственность за собственное суждение. Варианты обкатывания публикации могут быть следующие: групповая дискуссия, формулирование фиктивного или реального письма в редакцию, фиктивный законопроект, написание эссе. Если в начале процесса вынесения решения преподаватель ясно указал, что его завершением должно стать групповое обсуждение, вымышленный законопроект или что-то подобное, то это обычно создает дополнительную мотивацию для обучающихся.

Пример: Для таких компаний, как производитель рассматриваемой марки шоколадной пасты, этически неприемлемо намеренно обманывать до такой степени, что они злоупотребляют доверием клиентов, наносят вред здоровью подростков и детей и противоречат общепринятым нормам.

Шаг 6 — анализ процесса выработки решения

В конце процесса решения кейс-задания рекомендуется проведение мета-дискуссии, в ходе которой оцениваются спонтанные суждения, которые к тому

времени должны быть зафиксированы в письменной форме.

С помощью анализа конкретных случаев представляется возможным проверить практическую пригодность различных этических теорий, а также применить на практике этическую аргументацию и суждение. Предложенная методическая схема работы с кейсом состоит из последовательных шагов, ос-

воение каждого из которых позволяет обучающимся не ограничиваться простым восприятием классических теорий и чтением философских текстов, а выработать свое собственное мнение по этическим вопросам. На основе вышеизложенного, авторам представляется, что анализ конкретных случаев является действительно эффективной обучающей технологией.

Список источников

1. Голубева Н. Н. Актуальность применения кейс-технологии в обучающей системе учителя // Наука, инновации, образование: актуальные вопросы XXI века: сборник статей Международной научно-практической конференции (Пенза, 30 марта 2023 г.). Пенза: Издательство «Наука и просвещение», 2023. С. 172–175.
2. Качесова С. П., Фрик О. В. Перспективы применения кейс-метода как метода гуманитарного исследования в процессе преподавания дисциплины «История России» в вузе // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2023. №12(2). С. 45–50. <https://doi.org/10.24412/2225-8264-2023-2-45-50>
3. Фрик О.В. О применении кейс-метода в преподавании менеджмента в вузе // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2020. №3 (35). С. 36–42.
4. Фрик О. В., Качесова С. П., Андрюшенков В. А. Кейс-технология в преподавании философских, исторических и правовых дисциплин в вузе // Методическое планирование учебных занятий: реалии и перспективы : монография. Москва : РУСАЙНС, 2024. С.190–202.
5. Toulmin S. E. The use of argument. Cambridge: Cambridge University Press, 1964.

References

1. Golubeva N. N. Relevance of the use of case technology in the teacher training system // Science, innovation, education: current issues of the 21st century: collection of articles of the International Scientific and Practical Conference (Penza, March 30, 2023). Penza: Publishing house "Science and Education", 2023. P. 172-175.
2. Kachesova S. P., Frik O. V. Prospects for using the case method as a method of humanitarian research in the process of teaching the discipline "History of Russia" at a university. *Vestnik Sibirskogo instituta biznesa i informacionnyh tekhnologij = Bulletin of the Siberian Institute of Business and Information Technologies*. 2023; 12 (2): 45-50. <https://doi.org/10.24412/2225-8264-2023-2-45-50>. (In Russ.).
3. Frik O.V. On the application of the case method in teaching management at a university. *Vestnik Sibirskogo instituta biznesa i informacionnyh tekhnologij = Bulletin of the Siberian Institute of Business and Information Technologies*. 2020; 3 (35): 36-42. (In Russ.).
4. Frik O. V., Kachesova S. P., Andryushenkov V. A. Case technology in teaching philosophical, historical and legal disciplines at a university // Methodological planning of educational classes: realities and prospects: monograph. Moscow: RUSAINS, 2024. P.190-202.
5. Toulmin S. E. The use of argument. Cambridge: Cambridge University Press, 1964.