

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОСЛОВИЦ В КАЧЕСТВЕ УЧЕБНЫХ СИТУАЦИЙ В ОБУЧЕНИИ

В.В. Лихолетов
ЮУрГУ

В статье обсуждаются возможности использования пословиц в качестве кейс-стади.

Общество сегодня встало на путь «быстрого развития». Эпоха быстрых изменений создает потребность в системе образования, которая способна ответить на «вызов» времени. В обучении начинают пользоваться возрастающим спросом технологии интенсивного обучения. При решении задач интеллектуального развития персонала предприятий особое значение обретают технологии имитационного моделирования и анализа производственных ситуаций [1]. На достижение этих целей ориентированы деловые и (в наивысшей степени) организационно-деловые игры. Однако сегодня последние некому проводить из-за отсутствия таких выдающихся методологов и игротехников, как Г.П. Щедровицкий, да и требуют они высочайшей квалификации, а

также значительного времени на подготовку и проведение.

При подготовке специалистов (в частности, менеджеров) в России сегодня начинают активно использоваться case studies (кейс-стади) – анализ конкретных ситуаций из жизни реальных компаний [2]. Метод ситуационного обучения – это метод постклассической педагогики и дидактики. Специалисты по данному методу отмечают, что он предназначен для обучения по тем дисциплинам, истина в которых плюралистична (табл. 1). Задача преподавания здесь сразу отклоняется от классической схемы и ориентирована на получение не единственной, а многих истин и ориентацию в их проблемном поле. Акцент образования здесь переносится не на овладе-

Таблица 1

Характеристика кейсов

Вид	Назначение	Сфера применения
Практический	Отражает реальные жизненные ситуации (служит «действующей» моделью ситуации)	Тренинг обучаемых, закрепление знаний, навыков и умений поведения (принятия решений) в данной ситуации
Обучающий	Отражает типовые (наиболее частые в жизни) ситуации, с которыми придется столкнуться специалисту в процессе его профессиональной деятельности. Ориентирован на решение искусственных учебно-воспитательных задач, «собранных» на базе наиболее важных и правдивых жизненных деталей. Функция - формировать подходы к пониманию конкретных фрагментов жизни общества, видению в них типичного и способности анализировать ситуации посредством применения аналогии	Профессиональное обучение (например, типовой курс менеджмента)
Исследовательский	Служит моделью для получения нового знания о ситуации и поведения в ней. Функция – обучение навыкам научного исследования посредством применения метода моделирования	Система повышения квалификации и переподготовки профессионалов

ние готовым знанием, а на его выработку, на сотворчество студента и преподавателя. Отсюда принципиальное отличие кейс-метода от традиционалистских методик – демократия в процессе получения знания, когда обучающийся по сути дела равноправен с другими обучающимися и преподавателем в процессе обсуждения проблемы. Третьим важным результатом применения метода являются не только знания, но и навыки профессиональной деятельности.

Технология реализации метода сводится к следующему. По определенным правилам разрабатывается модель конкретной ситуации, произошедшей в реальной жизни, и отражается тот комплекс знаний и практических навыков, которые студентам нужно получить. Описание ситуации обычно представляет собой текст объемом от нескольких до нескольких десятков страниц (её и называют «кейсом»). Студенты предварительно прочитывают и изучают кейс, привлекая к этому материалы лекционного курса и другие самые различные источники информации. После этого идет подробное обсуждение содержания. При этом преподаватель выступает в роли ведущего, генерирующего вопросы, фиксирующего ответы, поддерживающего дискуссию, т.е. в роли диспетчера процесса сотворчества.

Несомненным достоинством метода является не только получение знаний и формирование практических навыков, но и развитие системы ценностей обучающихся, профессиональных позиций и своеобразного профессионального мироощущения и миропреобразования.

Важно, что при использовании метода кейс-стади преодолевается классический дефект традиционного обучения, связанный с сухостью и неэмоциональностью изложения материала. Специалисты, использующие метод, отмечают, что бурных эмоций и творческой борьбы в нем так много, что хорошо организованное обсуждение кейса напоминает театральный спектакль.

Однако подбор и конструирование кейса – дело непростое, ведь при этом надо обеспечить глубину и философичность (родовой характер) примеров, учесть отечественную ментальность и многое другое. Трудно возразить против мысли Ю.П. Сурмина [3], что источником кейсов должна быть сама жизнь (табл. 2). Для обеспечения интенсификации обучения примеры ситуаций также должны быть предельно понятными и компактными.

Западные кейсы, как известно, в наших ус-

ловиях «не работают» [4], несмотря на то, что «...международными фондами брошены огромные деньги на пропаганду американских экономических теорий через издание книг, организацию зарубежных стажировок, международных семинаров, конференций. В результате идет крупномасштабное опошление и примитивизация экономической мысли в нашей стране...» [5]. Результаты этого уже налицо.

Вскрывая причины низкой конкурентоспособности России, Р.А. Фатхутдинов пишет [6, с. 11–12]: «Переход в 1992 г. с естественно-научного подхода к подготовке специалистов, применявшегося в России в течение 300 лет, к гуманитарному привел к тому, что экономика, менеджмент и маркетинг в российский вузах стали изучать по упрощенным информационно-описательным книгам западных авторов, написанным для условий сформировавшихся рыночных отношений, книгам, малопригодным для российских переходных условий. Упрощение методов решения организационно-технических и экономико-управленческих проблем и задач резко снизило эффективность и конкурентоспособность управляемых объектов и страны в целом».

Поэтому, видимо, не случайно в ведущих зарубежных школах бизнеса наметился отказ от построения программ исключительно на основе анализа конкретных ситуаций. Так, Я. Кузьминов отмечает, что это коснулось даже знаменитой Гарвардской школы бизнеса, где пересмотрены программы MBA [7]. Данные факты позволяют высказать гипотезу о наличии корреляционной связи между сдвигами в бизнесе и ситуацией в бизнес-образовании.

Безусловно, конкретные примеры (конкретной практической деятельности) играют в обучении огромную роль, ведь согласно И. Ньютону, «при изучении наук примеры полезнее правил». Именно поэтому в так называемых «школах дьяволов» [8] в Японии весьма жестко учат будущих служащих фирм приемам выхода из стандартизованных (нестандартных для необученных людей!) ситуаций, имитирующих производственные. Это могут быть ситуации трудового конфликта, отказа банка фирме в кредите, сокращения объема продаж продукции и проч. Другими словами, это есть обучение решению задач-аналогов, вероятность появления которых в будущей бизнес-деятельности выпускников чрезвычайно велика.

Таблица 2

Источники информации для кейсов

Источники	Перечень достоинств
Первичные источники	
Общественная жизнь	Жизнь во всем своём многообразии – источник сюжета, проблемы и фактологической базы кейса
Образование	Оно определяет цели и задачи обучения и воспитания, интегрированные в кейс-метод другие методы обучения и воспитания
Наука	Наука – третий источник кейса как отражательного комплекса. Она задает две ключевые методологии, которые определяются аналитической деятельностью и системным подходом, а также множество других научных методов, которые интегрированы в кейс и процесс его анализа.
Вторичные источники	
Художественная и публицистическая литература	Она хорошо подсказывает идеи, в ряде случаев определяет сюжетную канву. Произведения публицистики и художественной литературы придают эмоциональную насыщенность и предметную осязаемость кейсу. Талант авторов не только украшает кейс, но и делает его интересным, динамичным, хорошо усваиваемым. Применение художественной литературы и публицистики навязывает кейсу культурологическую функцию, стимулирует нравственное развитие личности.
Местный материал	Интересное обсуждение кейсов о деятельности разных компаний происходит в случае, если компания (ее продукция) имеют личное значение для обучающихся. Кейсы о ведущих компаниях обсуждаются с большим интересом, если среди обучающихся есть представители этих фирм. Кейс о конкретной компании-товаропроизводителе идет лучше, если в группе есть люди, имеющие товары этой фирмы. Кейсы должны освещать не только опыт национальных фирм. Речь идет о компаниях, чьи товары или услуги присутствуют на национальном рынке в том или ином виде
Статистика состояния рынка, социально-экономические характеристики предприятия	Они придают кейсу научность и строгость. Эти материалы играют роль инструмента для диагностики ситуации, могут выступать в качестве материала для расчета показателей, наиболее существенных для понимания ситуации
Научные статьи, монографии, научные отчеты, посвященных той или иной проблеме	Произведения науки придают кейсу строгость и корректность. Хорошая научная статья характеризуется углубленным пониманием какого-либо вопроса, монография дает системную характеристику предмета исследования. Особенность научного отчета – актуальность и новизна материала. Эти продукты науки не всегда описывают и объясняют ситуацию, поэтому наиболее интересные научные публикации могут выполнять в кейс-методе две функции: 1) научные публикации (их фрагменты) служат составляющими кейсов, включены в их ткань; 2) они включаются в список литературы, необходимой для понимания кейса
Интернет и его ресурсы	Масштабность, гибкость и оперативность.

Впрочем, сама логика функционирования систем обучения демонстрирует вечный закон цикла. В ходе обучения (и практики) у обучающихся последовательно через сферу сознания (и деятельности) формируются области знаний-

знакомств, затем знаний-копий («повторение – мать учения!»), а после них – знаний-навыков выполнения мыследеятельностных (и деятельностных) операций, для того, чтобы после стандартизации последних в мышлении и двига-

тельной активности (превратившись в автоматизированные знания-умения) «работать» на подсознательных уровнях, не отягощая сферы сознания людей, которая «занята» решением их актуальных проблем.

Наработка обучающимися умений решать задачи – осуществление их «перевода» (преобразования) из нестандартных (а потому – сложных!) в стандартные – есть вечная направленность любого обучения: от математики и физики до теории решения изобретательских задач (ТРИЗ). Поэтому вовсе не случайно по мере развития ТРИЗ и развертывания её инструментальной базы вполне нормальным феноменом стало «исчезновение» задач, пригодных для решения таким универсальным инструментом как алгоритм решения изобретательских задач (АРИЗ). Незачем «палить из пушки по воробьям» – ведь для решения стандартизованных изобретательских задач есть оперативные и компактные («свернутые») средства: системы приемов разрешения противоречий и стандартов на решение изобретательских задач.

Опыт проведения обучающих семинаров на базе ТРИЗ в промышленности показал, что «крутых» задач на практике мало, а многие производственные ситуации зачастую представляют собой ансамбль задач-аналогов [9].

Вообще в качестве примера (аналога) в обучении может выступать все что угодно. Важно научить людей диалектическому видению в единичном множественного и наоборот. Ведь ещё Пифагор говорил, что первооснова красоты – сведение множества к единому – в атом, а французский философ Ж.О. Ламерти призывал не задерживаться только на «деталях» познания, т.к. при этом можно обрести «печать духовного убожества».

В данной работе нами вскрывается возможность использования в качестве кейсов систем пословиц. Ведь они являют собой уникальные и совершенные лингвистические конструкции, содержащие не только психо-эмоционально окрашенные сведения, учитывающие менталитет и нравственные ценности народа, но также социально выверенную информацию о приемах разрешения противоречий (законах развития систем) [10]. А последние, как показали наши исследования [11], находят свое отражение в свернутом (компактном) виде в самой структуре задачных систем.

При отборе и конструировании систем кейсов крайне важно, чтобы потенциал знаний, заложенный в них, был обращен не только (и не столько) на применение в настоящем,

а прежде всего – в будущем. С этих позиций весьма поучительные истории успеха великих компаний (также в известной степени – кейсы) [12] представляют собой лишь россыпь единичных, «привязанных» к конкретному времени-пространству (историческому периоду и территории конкретной страны), а потому статичных фактов, которые для «оживления» нуждаются (согласно философскому восхождению «единичное – особенное – всеобщее») в «сгущении» общих черт для выделения особенного, для того, чтобы затем двигаться к выявлению всеобщего.

В пословицах эта титаническая методическая работа народом уже проведена. Согласно мнению исследователей языка, пословицы «...вторгаются во все области человеческого бытия, людских надежд, помыслов, оценок ближних – родных, соседей, властей, больших и маленьких начальников, общественных порядков, учреждений, законов, суда, чаемой и реальной справедливости, житейских обычаев, течения жизни, души человека, его здоровья, нрава, характера, причин и следствий его разнообразных действий».

Продолжая свою характеристику долгого века пословиц, В.П. Аникин отмечает, что «знаменитый Владимир Даль выделил для своих пословиц **сто семьдесят девять** (выделено мной. – В.Л.) рубрик» [13, с. 3]. Тематика пословиц столь же обширна, как жизнь народа. За обширность и глубину смыслов Н.В. Гоголь назвал пословицы «стоглазым Аргусом», что перекликается со словом «многоочитый» в языке средневековых книжников. Хотя слово приложимо к пословице, характеризует оно реальное земное всезнание и всеведение. Именно в этом суть пословиц, а также их житейский и поэтический пафос.

Простота пословиц, безусловно, обманчива. При помощи пословицы говорящий характеризует, оценивает то, о чем непосредственно в ней не говорится. Пословица служит аналогией, приводит свой прямой смысл в связи с другим предметом. Вследствие этого пословица обретает многозначность, при этом каждое слово в ней живет по закону смысловых ассоциаций. Говорящий может сделать логическое ударение на любом из них и выбрать любую из возможных ассоциаций. Особое сплетение текста, контекста и подтекста пословиц обеспечивает множество смыслов – прямых и переносных. Это вызвано особыми свойствами языка. Ведь согласно Ю.М. Лотману, «язык – это код плюс его история». Такое понимание коммуникации

таит в себе фундаментальные выводы. Передача информации внутри «структуры без памяти» действительно гарантирует высокую степень идентичности. Если мы представим себе передающего и принимающего с одинаковыми кодами и полностью лишенными памяти, то понимание между ними будет идеальным, но **ценность передаваемой информации минимальной...** Идеально одинаковые передающий и принимающий хорошо будут понимать друг друга, **но им не о чем будет говорить.** Идеалом такой информации... **окажется передача команд** (выделено мной. – В.Л.)» [14, с. 3].

Поэтому все приложения пословицы к конкретным случаям и многим жизненным ситуациям в совокупности и составляет то, что именуется ее настоящим смыслом. Другими словами, любая пословица представляет диалектическое единство единичного и множественного, практически в каждой из них реализован ансамбль способов разрешения противоречий. Кстати, именно поэтому ученые-лингвисты говорят о трудностях классификации пословиц (тематической или алфавитной) и отмечают, что многозначность в пределах темы делает пословицы трудными для толкования.

Однако все эти «недостатки» пословиц (обусловленные характером их происхождения в человеческой истории) оборачиваются массой их достоинств для обучения будущему. Сочетая в себе единство противоположных начал (свернутость словесной структуры и развернутость смыслов, ситуационность и универсальность, локальность и системность, ретроспективность и проспективность, «учет» ментальности народа и «диалога культур», а также многое другое), банк пословиц представляет собой идеальный конструктор, на базе которого могут быть сгенерированы системы кейсов любой дидактической и семантической сложности.

Пословицы переходят из века в век как сосредоточение социальной памяти народа, при этом ими не утрачивается великая жизненная и поэтическая ценность. И хотя прямой смысл многих пословиц сегодня – архаика, переносный по-прежнему живет. Время пословиц отнюдь не минуло, их долгий век продолжается, в том числе в виде кейсов в обучении.

Литература

1. Лихолетов, В.В. Подготовка кадрового резерва предприятий: психолого-педагогические проблемы / В.В. Лихолетов, М.С. Ну-

риева // *Профессионально-педагогическое образование в условиях модернизации.* – Челябинск: ЧГПУ, 2004. – С. 35–44.

2. *Российский менеджмент: учебные конкретные ситуации.* Кн. 2. *Общий и стратегический менеджмент. Маркетинг. Финансовый менеджмент. Организационное поведение и управление персоналом / науч. ред. и сост. А.М. Зобов, Б.Н. Киселев.* – М.: ГУУ, 1998. – 1032 с.

3. *Ситуационный анализ или анатомия кейс-метода / под ред. Ю.П. Сурмина.* – Киев: Центр инноваций и развития, 2002. – 286 с.

4. Краснова, В. *Есть чему поучиться. Первые сто историй российских компаний превращены в кейсы для обучения менеджменту / В. Краснова // Эксперт.* – 1999. – № 10. – С. 59.

5. Львов, Д.С. *Экономическая наука и ее влияние на ход экономических реформ / Д.С. Львов // Промышленность России.* – 1999. – № 11. – С. 17.

6. Фатхутдинов, Р.А. *Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов.* – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 256 с.

7. Кузьминов, Я. *Бизнес-образование в России: состояние и перспективы / Я. Кузьминов, С. Филонович // Вопросы экономики.* – 2004. – № 1. – С. 19–36.

8. Цветов, В.Я. *Пятнадцатый камень сада Реандзи / В.Я. Цветов.* – М.: Политиздат, 1991. – С. 143–148.

9. Лихолетов, В.В. *Технологии творчества: теоретические основы, моделирование, практика реализации в профессиональном образовании / В.В. Лихолетов.* – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2001. – 288 с.

10. Лихолетов, В.В. *Управленческая гуманитарология или роль пословицы в образовании / В.В. Лихолетов // Народное образование.* – 2002. – № 5. – С. 111–113.

11. Лихолетов, В.В. *Свернутая модель законов развития систем / В.В. Лихолетов // Педагогика.* – 2002. – № 6. – С. 35–40.

12. Минго, Дж. *Секреты успеха великих компаний / Дж. Минго.* – СПб.: Питер Пресс, 1995. – 256 с.

13. *Русские пословицы и поговорки / под ред. В.П. Аникина.* – М.: Худож. лит., 1988. – 203 с.

14. Лотман, Ю.М. *Культура и взрыв / Ю.М. Лотман.* – М.: Гнозис; Изд. Группа «Прогресс», 1992. – 313 с.