**Е. И.  Дудинова, Л.И. Мухамадиева**

Факультет журналистики, Казахский Национальный

Университет им. аль-Фараби,

Алматы, Казахстан; [Elena.Dudinova@mail.ru](mailto:Elena.Dudinova@mail.ru)

e-mail: [Larissa\_2300@mail.ru](mailto:Larissa_2300@mail.ru)

**Кейс-метод в системе журналистского обучения**

Внедрение интерактивных форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе.

В Казахском Национальном университете имени аль-Фараби осуществляется постоянный мониторинг результативности процесса обучения, оценивается качество полученных знаний. Планомерно и системно отбираются наиболее удачные методики обучения, вводятся инновационные практики. На сегодня уже традиционным стало использование методов кейс-стади, проектов, личностно-ориентированного подхода, методов инсценирования, генерации идей, тренинга и др.

Метод кейс-стади в образовании берёт своё начало в двадцатых годах прошлого века. С полным основанием его можно назвать методом анализа конкретных ситуаций. Суть метода довольно проста: для организации обучения используются описания конкретных ситуаций (от английского «case» - случай). «Учащимся предлагают осмыслить реальную жизненную ситуацию, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений»[1].

Кейс – это описание реальной ситуации или «моментальный снимок реальности», «фотография действительности». Различают несколько видов ситуаций:

* Ситуация-проблема представляет собой описание реальной проблемной ситуации. Цель обучаемых: найти решение ситуации или прийти к выводу о его невозможности.
* Ситуация-оценка описывает положение, выход из которого уже найден. Цель обучаемых: провести критический анализ принятых решений, дать мотивированное заключение по поводу представленной ситуации и ее решения.
* Ситуация-иллюстрация представляет ситуацию и поясняет причины ее возникновения, описывает процедуру решения. Цель обучаемых: оценить ситуацию в целом, провести анализ ее решения, сформулировать вопросы, выразить согласие-несогласие.
* Ситуация-упреждение описывает применение уже принятых ранее решений, в связи с чем ситуация носит тренировочный характер, служит иллюстрацией к той или иной теме. Цель обучаемых: проанализировать данные ситуации, найденные решения, использовав при этом приобретенные теоретические знания.

Современные студенты все более тяготеют к «нестандартным» методам обучения: дидактическая лекция, диктовка – вызывают скуку и негативное отношение к материалу. В методе разбора конкретных ситуаций студенты видят возможность проявить инициативу, почувствовать самостоятельность в освоении теоретических положений и овладении практическими навыками. Не менее важно и то, что анализ ситуаций довольно сильно воздействует на профессионализацию студентов, способствует их взрослению, формирует интерес и позитивную мотивацию к учебе.

С другой стороны, кейс-метод организует и преподавателя: он стремится приблизить теорию к практике, объяснить материал, опираясь на конкретную жизненную ситуацию, иллюстрацию, картинку, опыт.

«Действия в кейсе либо даются в описании, и тогда требуется их осмыслить (последствия, эффективность), либо они должны быть предложены в качестве способа разрешения проблемы. Но в любом случае выработка модели практического действия представляется эффективным средством формирования профессиональных качеств обучаемых» [2].

Ученые считают, что первое применение метода в его современном виде состоялось во время преподавания управленческих дисциплин в Гарвардской бизнес-школе, хорошо известной своими инновациями. Термин «ситуация» ранее использовался в медицине и правоведении, но в образовании этот термин приобрёл новый смысл.

В начале двадцатого века в Гарварде преподаватели начали в дополнение лекции организовывать студенческое обсуждение. Преподаватель «презентовал проблему», перед студентами ставилась задача и рассматривались различные варианты её решения. Первый учебник по написанию ситуационных упражнений был опубликован Коуплендом в 1921 году при активном участии декана Гарвардской бизнес-школы Воласа Донама (Wallace B. Donham).

На факультете КазНУ метод кейс-стади уже успел зарекомендовать себя, как наиболее эффективный и практикоориентированный. С его помощью можно сформировать ключевые профессиональные компетенции журналистов, издателей, пиарщиков в процессе обучения: коммуникабельность, лидерство, умение анализировать в короткие сроки большой объем неупорядоченной информации, принимать решения в экстремальных условиях.

Изначально кейс-метод противопоставлялся традиционному лекционному методу и ассоциировался, прежде всего, с открытой дискуссией. В кейс-методе предполагается, что преподаватель руководит обсуждением проблемы, представленной в кейсе, а сами кейсы могут быть представлены студентам в самых различных видах: печатном, видео, аудио, мультимедиа.

Кейс должен удовлетворять следующим требованиям:

* соответствовать четко поставленной цели создания;
* иметь соответствующий уровень трудности;
* иллюстрировать несколько аспектов реальной жизни;
* не устаревать слишком быстро;
* иллюстрировать типичные ситуации;
* развивать аналитическое мышление;
* провоцировать дискуссию.

Различают пять этапов по созданию нового кейса:

* поиск источника кейса;
* сбор данных для кейса;
* макетирование содержания кейса;
* апробация кейса в аудитории;
* жизненный цикл кейса.

В качестве примера варианта использования кейс-метода на лабораторных практикумах факультета журналистики можно привести фрагмент кейса, созданный преподавателями по теме «Имидж Казахстана за рубежом».

*Ситуация:* Публикация в СМИ информации об ошибке Государственного секретаря США в произношении названия страны (20 февраля 2013 года).

*Задачи: На* примере конкретной ситуации разобрать вопрос о состоянии и уровне информационной обеспеченности имиджа и репутации Казахстана за рубежом. А также установить возможные векторы воздействия негативной пропаганды и информации на формирования конечного результата и мнения зарубежной аудитории.

*Контекст ситуации*: Разбирается на примере двух публикаций:

*Название первой:* Госсекретарь США придумал новую страну «Кырзахстан».

*Текст:* В своей первой речи после назначения Государственным секретарем США Джон Керри перепутал республики Казахстан и Кыргызстан, упомянув несуществующую страну - «Кырзахстан».

«Смелые сотрудники Госдепартамента США … работают в наиболее опасных местах земного шара. Они борются с коррупцией в Нигерии. Они поддерживают верховенство закона в Бирме, они поддерживают демократические преобразования в Кырзахстане (Kyrzakhstan) и Грузии», — сказал Джон Керри, выступая 20 февраля 2013 года в Виргинском Университете (University of Virginia) в Шарлотсвилле.

Оговорку Керри, которая попала в расшифровку его речи, размещенную на сайтах американских посольств, заметили журналисты газеты The Global Post, которые предложили главе дипломатического ведомства перед официальной поездкой с президентом Бараком Обамой в Израиль выяснить, где же все-таки находится «Кырзахстан».

По состоянию на 22 февраля на всех официальных сайтах американских посольств «Кырзахстан» в расшифровке речи Керри был исправлен на «Киргизию».

*Название второй статьи:* Кырзахстан? не путать – Казахстан![3]

*Текст: …*Нашу страну за рубежом тамошние местные обыватели часто путают с Пакистаном или Афганистаном, даже если вы им повторите название нашей страны медленно и по буквам. Вот упорно путают, и все тут.

Конечно, Бог с ними, с обывателями. У нас в Казахстане своих грамотеев хватает, порой такие перлы безграмотности и недалекости можно услышать, что в этот момент понимаешь масштабы глобализации. Так что взять с простого американца... Но когда даже политики высокого полета путают между собой все эти многочисленные “станы”! Буквально на днях известный американский политик Джон Керри в своей первой речи в качестве Государственного секретаря США (читай: министра иностранных дел) так все перепутал, что в итоге получилась новая страна - “Кырзахстан”. Ясное дело, он скрестил Казахстан с Киргизией.

Цитаты из этой его речи уже гуляют по интернету и, конечно, нещадно высмеиваются блогерами и прочими любителями соцсетей. Между прочим, именно США в течение многих лет тратят огромные деньги на создание положительного имиджа страны. По сути, это пиар-кампания государственного уровня, и, соответственно, денег на это благородное дело не экономят (приводится в сокрщении).

*Комментарий ситуации и вопросы:* Возможно ли считать второй материал удачным, с точки зрения «странового имиджа»? Автор не обладает навыками критического мышления. Можно ли считать оговорку или ошибку Д.Керри удачной для продвижения имиджа Казахстана за рубежом?

Таким образом, использованный кейс позволяет применить знания, полученные студентами на лекциях для анализа конкретной ситуации, а также проявить самостоятельность и оригинальность мышления.

1. Ситуационный анализ, или анатомия Кейс-метода / под ред .Ю.П. Сурмина – Киев: Центр инноваций и развития, 2002.
2. Смолянинова, О.Г. Инновационные технологии обучения студентов на основе метода Case Study // Инновации в российском образовании: сб.- М.: ВПО, 2000.
3. Сейдахметова Б. Кырзахстан? не путать – Казахстан! // Новое поколение», 24 февраля 2013 года.