

RU

Методологическое обоснование возможностей и ограничений продуктового подхода в научно-педагогическом исследовании

Закирова А. Ф., Трифонова И. С.

Аннотация. Цель исследования – выявить методологический потенциал продуктового подхода в контексте традиционной научно-педагогической методологии. В статье рассмотрены возможности экстраполяции основных принципов продуктового подхода в сферу образования, теоретически обоснованы и оценены перспективы применения продуктового подхода в образовании и научном исследовании его проблем. Научная новизна заключается в формировании научно-обоснованных представлений о возможностях и ограничениях продуктового подхода в образовании с учетом гуманитарной и социокультурной специфики последнего как предмета научного исследования, а также в уточнении исследовательских ориентиров в условиях экстенсивной экстраполяции принципов продуктового подхода в сферу образования и научного исследования. В результате выявлены возможности продуктового подхода в сфере образования, заключающиеся в выстраивании образовательного пространства вокруг мотивов, целей и интересов обучающихся, а также ограничения продуктового подхода, которые обусловлены доминированием бизнес-ценностей над гуманистическими, недооценкой исторического и социокультурного опыта личности. Авторы обосновали, что основные принципы продуктового подхода, такие как клиентоориентированность, итеративность, измеримость результатов, применительно к педагогике концептуально соотносимы с идеями человекоцентризма и теорией научно-педагогического творчества.

EN

Methodological substantiation of the applicability and limitations of product management in pedagogical research

A. F. Zakirova, I. S. Trifonova

Abstract. The aim of this article is to identify the methodological potential of product management within the framework of traditional pedagogical methodology. The article examines the possibilities of extrapolating the basic principles of product management to the field of education, and theoretically substantiates and evaluates the prospects for applying product management in education and scientific research of its problems. Scientific novelty lies in the development of scientific ideas about the possibilities and limitations of product management in education, considering the humanitarian and socio-cultural specifics of the latter as a subject of scientific research. The work also contributes to the clarification of research guidelines in the context of broad extrapolation of the product management principles to education and scientific research. The authors have established that the potential of product management in education lies in the development of an educational environment that is tailored to the motivations, objectives and interests of students. The dominance of business values over humanistic ones, and the underestimation of the individual's historical and socio-cultural experiences are the main limitations of product management. The authors have identified that when applied to pedagogy, the guiding principles of product management, such as customer focus, iteration, and the measurability of results, are conceptually correlated with the ideas of human-centrism and the theory of pedagogical creativity.

Введение

Актуальность темы исследования. XXI век ознаменовал себя как век глобальных социально-экономических, технологических трансформаций и вызовов, что порождает множество попыток осмыслить окружающий мир, конструируя разные модели познания действительности (VUCA, RUPT, TUNA, BANI, SHIVA (Кан, 2023)). Эти аббревиатуры, содержательно дополняя друг друга, включают в себе описание с разных позиций и на разных уровнях абстракции окружающей действительности, направлены на поиск путей адаптации

к происходящим изменениям. В этом отношении продуктовый подход представляет собой один из практических ответов на сверхсложные, непредсказуемые, а порой и внезапные, даже тревожные изменения социально-экономической сферы (Михаленок, Акимова, 2021). Продуктовый подход, известный миру уже почти 100 лет (с 1931 года), приобретает колоссальные масштабы распространения именно сейчас, поскольку позволяет оперативно адаптироваться к рыночным турбулентным условиям, обеспечивает возможность стратегического планирования, прогнозирования будущих изменений в потребностях и предпочтениях клиентов.

Можно говорить о расширении сферы влияния продуктового подхода, что, в частности, выражается в конструировании различных образовательных практик, обеспечении эффективного процесса обучения с учетом запросов, интересов обучающихся, имеющегося у них образовательного опыта (Астахин, 2024). Усилению позиций продуктовой логики в сфере образования также способствует стремительное развитие в последние годы ИТ-сферы, продукты которой в области образования формируют цифровую образовательную среду, EdTech индустрию – сегмент рынка образовательных услуг, предоставляющий широкие возможности обучения на MOOC (массовых открытых онлайн-курсах), платформах взаимного обучения, предлагая гибкие, интерактивные, персонализированные решения (Alhamadi, 2025) за счет разработки систем управления обучением, применения искусственного интеллекта и других цифровых технологий. В то же время в экспертном сообществе нет единого мнения относительно возможностей широкого применения данного подхода ко всей системе образования, к воспитанию, обучению отдельным дисциплинам, процессу проведения научно-педагогических исследований. Причины сложившейся ситуации в следующем. В процессе научного исследования проблем образования педагоги-исследователи традиционно опираются на основные положения системного, комплексного, целостного, личностно-ориентированного, личностно-деятельностного, ценностно-смыслового, культурно-исторического, герменевтического и других подходов.

Принципиально важно отметить, что как в самой сфере образования, так и в области исследования проблем образования ярко выраженной остается высокая потребность в использовании качественных и смыслопоисковых интерпретационных (отражающих национальные запросы и смыслы) методов, в то время как продуктивный подход всецело полагается на количественные методы сбора и анализа данных по заданным метрикам. Несмотря на это наблюдаются попытки прямого (непосредственного) использования терминологического аппарата продуктового подхода для описания педагогических явлений и процессов, в результате чего происходит концептуальная подмена классической методологии науки и методологии образования подходами бизнес-менеджмента. Встает вопрос о целесообразности и допустимости использования такого языка анализа и описания сферы образования. Возникают противоречивые оценки относительно точности, степени понятийной общности категориального аппарата продуктового подхода и языка классической методологии. В результате происходит неоправданное смешение разнородных исследовательских установок – гуманитарных и технократических, – свойственных социогуманитарному и естественнонаучному познанию, неизбежная девальвация аксиологического смысла педагогического знания, вызванная агрессивной экспансией продуктовой логики.

Следует отметить, что значительное число отечественных работ по проблеме использования продуктового подхода в образовании представлено в виде блогов, интервью с экспертами, новостных статей или статей на информационных порталах неакадемических журналов. Такие работы дают общее представление о преимуществах и ограничениях применения продуктового подхода в образовании. При этом возможности его использования на теоретико-методологическом и эмпирическом уровнях в педагогических исследованиях остаются за пределами все более обостряющейся дискуссии. Эта ситуация порождает потребность концептуального осмысления методологического потенциала продуктового подхода с позиций возможностей и ограничений применения его ключевых принципов в научно-педагогических исследованиях.

В данном исследовании были поставлены следующие задачи:

- 1) на основе сравнительно-сопоставительного анализа научной, учебной и методической литературы определить принципы проведения научно-педагогического исследования в контексте классической методологии педагогики, с которыми могут концептуально соотноситься основные принципы продуктового подхода;
- 2) провести понятийно-категориальный анализ основных понятий продуктового подхода и коррелирующих с ними понятий «подход», «продукт», «ценность» в образовании и педагогике;
- 3) выявить и обосновать возможности и ограничения применения продуктового подхода в проведении научно-педагогического исследования.

В методологическом отношении данная работа представляет собой результат многоаспектного теоретического осмысления исследуемой проблемы с опорой на фундаментальные принципы классической методологии научно-педагогических исследований. Методологическую основу исследования составили системный, комплексный, аксиологический, герменевтический, продуктовый подходы, описательный метод, сравнительно-сопоставительный анализ, категориальный анализ. Описательный метод применяется для представления авторских рефлексивных позиций по заявленной проблеме; сравнительно-сопоставительный анализ релевантных проблематике текстов научных публикаций, докладов, материалов конференций, блогов, открытых дискуссий, новостных статей – для систематизации теоретических положений по теме исследования, концептуального осмысления и обоснования перспектив и ограничений применения продуктового подхода в контексте классической методологии педагогики; категориальный анализ основных понятий продуктового подхода – для систематизации представлений о них, выявления их концептуальных связей с аналогичными категориями классической методологии научно-педагогического исследования.

Под научно-педагогическим исследованием понимается «форма осуществления научного познания педагогической реальности, функцией которого является выработка и теоретическая систематизация объективных знаний о педагогической действительности, научно обоснованных, проверенных на истинность, достоверность и применимость в педагогической науке и практике» (Бордовская, 2009, с. 415).

Методологические принципы проведения научно-педагогического исследования раскрывают работы А. М. Новикова, Д. А. Новикова (2007), В. И. Загвязинского (2014; 2024), В. И. Загвязинского, Р. Атаханова (2012), В. В. Серикова (2014; 2020), Н. В. Бордовской (2009). Специфика педагогического знания находит отражение в работах В. А. Сластенина, Г. И. Чижиковой (2003), В. И. Загвязинского, И. Н. Емельяновой (2008). Причины и последствия расширения влияния продуктового подхода на разные сферы человеческой жизнедеятельности в современных условиях неопределенности описывают работы D. Sjödin, V. Parida, M. Jovanovic, I. Visnjic (2019), Н. Holmström Olsson, J. Bosch (2025). Тенденции рынка образовательных услуг в условиях следования концепции непрерывного образования освещают в своих трудах Г. Ж. Алибекова, Б. М. Едгенов, А. К. Кожахметова, Э. Н. Мынбаева (2024), А. С. Астахин (2024), Э. К. Брейтигам (2020), А. Alhamadi (2025), K. Gaubinger, M. Rabl, S. Swan, T. Werani (2015).

Практическая значимость исследования состоит в возможности применения теоретически обоснованных доказательных выводов о потенциале продуктового подхода, перспективах и ограничениях его использования в сфере образования и методологии научно-педагогического исследования для осуществления педагогического прогнозирования, моделирования, проектирования и организации мониторинга результатов педагогических исследований. Кроме того, результаты проведенного исследования рекомендуются к использованию в рамках учебных практико-ориентированных курсов высших учебных заведений по методологии педагогических исследований для повышения общей методологической культуры исследователя (студента, магистранта, аспиранта, докторанта и т. д.).

Обсуждение и результаты

Продуктовый подход в образовании и методологии научно-педагогического исследования

Для более глубокого понимания возможностей применения продуктового подхода в образовании необходимо проанализировать ключевые принципы его функционирования в бизнесе и ИТ-сфере, поскольку продуктовый подход сформировался как ответ на запросы бизнеса, индустрии 4.0, поддерживаемой передовыми цифровыми технологиями (ИИ, машинное обучение, блокчейн и др.) (Xu, David, Kim, 2018). Под продуктовым подходом в широком смысле принято понимать короткий цикл, в рамках которого весь фокус работы направлен на продукт. Продуктом выступает жизнеспособная на рынке форма ценностного предложения для клиента (потребителя), позволяющая решить проблемы и/или задачи целевой аудитории (Черкашина, 2024).

Первый принцип продуктового подхода базируется на *клиентоориентированности* и предполагает создание ценностного предложения для клиента, глубокое понимание потребностей целевой аудитории (отдельных социальных или профессиональных групп), которая представляет собой предполагаемого получателя товара. Успех любого продукта на рынке напрямую зависит от того, насколько хорошо его выбирает потребитель, а непрерывная обратная связь и фокус на запрос целевой аудитории составляют основу бизнес-ценностей (Sjödin, Parida, Jovanovic et al., 2019).

Второй принцип продуктового подхода подразумевает *итеративность*. Основными этапами итерации являются доработка существующих функций и разработка новых на основе тщательного анализа данных, обратной связи от пользователей, изучения рыночных трендов и анализа работы конкурентов. Внедрение новых технологий улучшения или создания экономически эффективных продуктов играет ключевую роль в сохранении положения компании на рынке, поскольку новые инструменты разработки, библиотеки, фреймворки, платформы и т. д. помогают ускорить внедрение изменений, минимизируя распространенные риски и гарантируя высокую управляемость обновлений (Santosh, 2025).

Центральной идеей (философией) итерации является постоянное развитие и совершенствование, что позволяет обеспечить принципы гибкого управления. Одним из таких подходов к управлению оказывается Agile. Его итеративные и инкрементальные характеристики обуславливают сегментацию разработки на более мелкие задачи и этапы. Это позволяет кросс-функциональным командам менять направление на основе непрерывной обратной связи от клиентов, изменений их потребностей (Chahal, 2023). Гибкое планирование предполагает формулирование гипотезы, ее тестирование и корректировку.

Следующий принцип продуктового подхода базируется на *измеримости результата*. Измеримость достигается за счет постановки «ощутимых» целей, которые совмещают удовлетворенность потребностей клиента и бизнес-цели компании. Для оценки результата внедрения продукта применяются метрики: продуктовые (как используется продукт), маркетинговые (как продукт продвигается на рынке) и бизнес-метрики (измеряют эффективность бизнеса) (Ираидина, 2019).

На основе логико-методологического приема экстраполяции данные принципы перенесены в сферу образования, а именно на процесс проведения научно-педагогического исследования. Выполнен концептуальный и категориальный сравнительно-сопоставительный анализ ряда понятий, используемых в продуктовом подходе и классической методологии педагогического исследования, структурных элементов процесса получения продукта и проведения научно-педагогического исследования.

Принцип клиентоориентированности в педагогике и классической методологии научно-педагогического исследования может быть сопоставлен с *концепцией человекоцентризма*. Согласно ее основным положениям, обучение, его цели, вся образовательная система, научно-педагогические исследования должны строиться в логике «культы личности» (Загвязинский, Атаханов, 2012, с. 208). Педагогический процесс и его познание носят субъективный характер, т. е. имеющий личностный смысл для познающего субъекта и определяющий проблему, систему координат, концепцию, контекст проводимого исследования. Педагогический процесс становится полем для личной рефлексии исследователя: педагогическая действительность проходит через призму его личного опыта, убеждений, ценностей, целей, что формирует в его сознании некую «ментальную сущность», «концепт» (Сериков, 2015), который определяет «образ» педагогического процесса в сознании педагога-исследователя. Он не просто наблюдает за образовательным процессом, но, экспериментируя, влияет на него, интерпретирует результаты своих действий, придавая смысл полученному опыту. В отличие от объективного, стремящегося к безличному фактическому описанию реальности (что является типичным для продуктового подхода), педагогическое познание является активным, ценностно-ориентированным взаимодействием с педагогической реальностью, частью которой выступает сам исследователь. Субъективность становится необходимым условием, определяющим компонентом педагогического познания, формирующегося на основе теории субъекта (педагога, обучающегося) и теории объекта (педагогическая действительность, обучающийся).

Спецификой гуманитарного знания в целом и педагогики в частности является многоаспектность лежащих в их основе субъект-субъектных отношений, построенных на равноправном диалогическом (полилогическом) типе взаимодействия. В таком взаимодействии вектор «направленности действий» от обучающегося, его инициативы равноценны усилиям педагога. Сопряженность активных, творческих действий обучающегося и педагога усиливает взаимодействие и сотрудничество, обогащает познавательный процесс, создает платформу для совместного личностного роста.

Субъективно-личностный фактор в образовании и в научно-педагогическом исследовании наиболее ярко представлен в теории и методике индивидуализированного обучения, которое понимается как развивающее обучение. Оно, с одной стороны, способствует формированию личности с активной жизненной позицией, высоким потенциалом для адаптации к изменяющимся обстоятельствам и для выстраивания собственной жизненной стратегии. С другой – развивающее обучение основывается на принципах культуросообразности, культуроемкости образования, т. е. возможности использования эвристического потенциала таких сфер, как искусство, религия, традиции, для интеграции личности в глобальный и отечественный социокультурный контекст, формирования общечеловеческих и национальных ценностей, гражданского сознания, идентичности, целостной картины мира. Идея потребляющей природы развития личности в продуктивном подходе дополняется идеей ее ценностно-обусловленного созидющего развития в педагогике и методологии научно-педагогического исследования.

Учет сугубо личностных интересов и запросов обучающегося в продуктивном подходе обогащается идеей становления личностных ценностей в системе общественного сознания, во взаимодействии с окружающей средой. Личность присваивает и воспроизводит общественно признанное поведение, способы выполнения действий, тем самым осваивая социокультурный опыт, который, в свою очередь, способствует формированию системы личностных смыслов и ценностей. Это определяет «человекомерность» знания, т. е. включенность обучающегося в предмет познания на аксиологических основаниях, предполагающих согласование интересов личности и общества. Смыслопоисковая деятельность осуществляется личностью ввиду экзистенциальной потребности приращения нового знания, его интерпретации и инструментализации на основе рефлексивного, социально- и культурно обусловленного смыслообразования.

Таким образом, человекоцентризм в педагогике и методологии научно-педагогического исследования предполагает создание и изучение условий для обеспечения гармоничного развития личности на основе общечеловеческих ценностей, идей культуропреимственности, культуротворчества, гуманизма в органичном единстве личностных и социальных ценностей. Цели обучения и исследований в области образования носят социально-личностный, гуманистический характер, направленный на реализацию воспитательного и развивающего потенциала педагогического взаимодействия субъектов образовательного процесса.

Принцип итеративности в классической методологии научно-педагогического исследования перерастает свою «заданность» и алгоритмичность за счет концептуального обогащения механизмами, вскрывающими *природу научно-педагогического творчества*. Так, в основе процесса пролонгированного гипотезирования лежит механизм проективно-рефлексивного смыслообразования. Такое использование «циркулярной логики», предусматривающее цикличное повторение и ретроспективный анализ полученных результатов, обладает мощным гносеологическим и эвристическим потенциалом (Закирова, 2010).

Традиционная в научно-педагогических исследованиях постановка гипотезы по схеме («если..., то..., так как»), предложенной А. Д. Ботвинниковым, в некоторой степени пересекается с правилами формулирования гипотезы в продуктивном подходе. Однако гипотезы в продуктивном подходе носят, скорее, описательный характер определенного явления действительности, который в научно-педагогических исследованиях обычно представлен на постановочном этапе (Загвязинский, 2024). При этом сам процесс гипотезирования в классической методологии носит не одномоментный и не заверченный, а сквозной, непрерывный характер и продолжается на всех этапах исследовательской деятельности. Дальнейший научно-теоретический анализ и опытно-экспериментальная работа приводят к развитию первоначальной гипотезы: происходит ее обогащение на смысловом, содержательном и качественном уровнях. Это позволяет кумулятивно реализовать объяснительную и прогностическую функции гипотезы (Закирова, 2015), тогда как в продуктивном подходе глубинный

анализ сущностных характеристик тех явлений и процессов, для анализа которых, по утверждению А. М. Новикова и Д. А. Новикова (2007), и выдвигается гипотеза, зачастую опускается или отодвигается на задний план.

Классическая методология актуализирует принцип целостности при формулировании гипотез, т.е. значимости раскрытия в гипотезе, претендующей на научную состоятельность, целостной системы факторов, условий и механизмов осуществления научно-педагогического поиска для понимания сути педагогических процессов и явлений. Гипотеза представляет собой целостный, построенный по определенным категориальным цепочкам конструкт, устанавливающий отношения между проблемой исследования, целью, средствами, результатом, и, соответственно, не может описывать отдельные, изолированно взятые отношения типа «методический прием – результат» (Сериков, 2014). В противном случае происходит подмена методологического исследования хорошей методической разработкой, направленной на решение конкретных практических задач, что и ставит «во главу угла» продуктовый подход.

Согласно третьему принципу, продуктовый подход полагается на «очевидное», то, что измеримо и доказано. Педагогика относится к сферам знания, *трудно поддающимся формализации*, что накладывает серьезные отличия на область доказательности (Сериков, 2020). Так, гносеологическая неоднородность педагогического знания, его непредсказуемость, неочевидность не позволяют свести его к воспроизводимым фактам. Комплексность педагогического процесса, подразумевающего, помимо педагогического, социологический, психологический, валеологический и другие компоненты, требует, согласно идеям В. И. Загвязинского, особой осторожности в использовании формальных методов исследования. Формализация позволяет установить отдельные связи и зависимости. Попытки свести такие сложные явления, как педагогический процесс, к строгим математическим формулам, выразить их количественными показателями и однозначными зависимостями, следуя позиции ученого, часто приводят к неизбежной потере содержательной, сущностной составляющей, упрощению и обеднению исследуемого процесса. Плохо поддаются формализации такие качественные характеристики личности, как воспитанность, нравственность, отзывчивость, а также отношения, например, между потенциалом развития личности и его реализацией (Загвязинский, Атаханов, 2012).

Педагогика имеет дело с уникальным опытом взаимодействия педагога и обучающегося в воспитательном процессе, основанном на сложных взаимовлияниях и субъективных факторах, которые связаны с конкретной образовательной ситуацией, личностью педагога, индивидуальными особенностями обучающегося, его усилиями и инициативами. Этот феномен В. В. Сериков (2020) в своих работах называет «субъектозависимостью» педагогического знания. Доказательность выводов научно-педагогического исследования строится на основе указания на источник полученного знания, его соотносительности с существующей научной теорией, обоснования целесообразности методов исследования, процедур, ясности авторских рассуждений и аргументов, соответствия намеченных задач результату исследования. Достоверность результатов опытно-экспериментальной работы в педагогике обеспечивается тщательной проверкой гипотез, наблюдениями, повторением экспериментов с разными группами обучающихся и педагогами, адекватным выбором или разработкой критериев, параметров, показателей-индикаторов эффективности предлагаемой методики или результативности происходящего процесса, мониторингом процесса и результатов исследования, которые зачастую носят опосредующий, отдаленный, отсроченный характер. Именно поэтому при исследовании психолого-педагогических процессов следует отдавать предпочтение содержательным подходам и качественным методам.

Понятийно-категориальный аппарат продуктового подхода в контексте классической методологии научного исследования проблем образования

Категория «подход»

Ряд терминов продуктового подхода вошли в русский язык из английского путем прямого заимствования без какого-либо категориального осмысления и интерпретации их содержания с учетом предметной специфики педагогического знания. Ярким примером является сам термин «продуктовый подход», который в зарубежной литературе представлен понятием “product management”. Управление продуктом строится на разных практических подходах и теориях, например, на широко распространенном благодаря развитию ИТ-сферы подходе DevOps и теории жизненного цикла продукта (El Aouni, Moumane, Idri et al., 2025). Однако “product management” определяется, в частности, в работе С. Ebert (2014) как бизнес-процесс, нацеленный на управление и обслуживание продукта от момента его создания до «доставки» его клиенту (определение стратегии, разработка, принятие решений, маркетинг). Этот процесс, естественным образом претерпевая ряд изменений в связи с расширением влияния цифровых технологий, искусственного интеллекта, интенсивного использования программного обеспечения, меняет фокус с прогнозирования результатов и определения приоритетов на их основе на внедрение экспериментальных способов работы и проверку гипотез. В практическом применении управление продуктом может быть описано как функция, которая, с одной стороны, отвечает за принятие «жизнеспособных», осуществимых решений, соответствующих запросам потребителей, с другой – поддерживает разработку продукта на протяжении его жизненного цикла посредством непрерывного генерирования данных и их использования в быстрых циклах (Holmström Olsson, Bosch, 2025).

Все понятийное поле и терминологический аппарат продуктового подхода складываются вокруг двух центральных понятий – «продукт» и «ценность». Рассмотрим подробнее, что понимается под каждым из этих понятий в продуктовом подходе, педагогике и классической методологии научно-педагогических исследований.

Категория «продукт»

С позиций продуктового подхода продукт – это что-то, что создается для удовлетворения потребностей целевой аудитории (Дроздов, 2024). При этом акцент в употреблении этого понятия, как правило, смещен на его коммерческую успешность. Этому может быть, по меньшей мере, два объяснения. Во-первых, продуктовый подход возник из потребностей бизнеса, жизнеспособность которого напрямую зависит от доходов. Во-вторых, среди возможных определений слова *product* в англо-английском словаре на первое место выходит следующее значение: что-то, что производится для продажи, обычно промышленным способом (Cambridge Dictionary). Это накладывает определенный утилитарный отпечаток в сознании производителей так называемых продуктов и их потребителей. Хотя ряд ведущих экспертов отмечает, что в качестве продукта может выступать все что угодно, например, карьера, личное время, финансовая грамотность (Что такое продуктивный..., 2023). Такое понимание больше соотносится с толкованием понятия «продукт» в российской культуре и мировоззрении: 1) предмет как результат человеческого труда (обработки, переработки, исследования) (Толковый словарь Ожегова), деятельности; 2) создание, порождение, результат чего-либо (Толковый словарь Т. Ф. Ефремовой); 3) вещественный или нематериальный результат человеческого труда (Толковый словарь по социологии, 2013). В представленных определениях отсутствует компонент коммерциализации, на первый план ставится человеческий труд. Следуя этой логике, авторы работы утверждают, что содержательно продуктами (результатами труда) научно-исследовательской деятельности являются методологически обоснованные, соответствующие социокультурным запросам времени научно-квалификационные практико-ориентированные исследования; научно-педагогические кадры с высоким уровнем методологической культуры, научного руководства, проведения научной экспертизы и оппонирования квалификационных работ и развитыми исследовательскими компетенциями. Результаты самих исследований отражены в формах диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, доктора наук; научных статей, отзывов, рецензий, монографий, учебных пособий, методических разработок, в которых представлены педагогические системы, модели, методики, технологии, процедуры, дидактические материалы, диагностические комплексы.

Категория «ценность»

В педагогической аксиологии ценности понимаются как «специфические образования в структуре индивидуального или общественного сознания, являющиеся идеальными образцами и ориентирами деятельности личности и общества» (Сластенин, Чижаква, 2003, с. 100). При этом педагогические идеалы, суть любых научно-педагогических исследований, связаны, прежде всего, с системой непреходящих гуманистических ценностей, таких как человеческая жизнь, семья (социальные ценности); духовность, доброта (нравственные ценности); чувство прекрасного (эстетические ценности); патриотизм, справедливость (гражданские ценности) (Загвязинский, Емельянова, 2008). Именно поэтому понятийное поле, с помощью которого раскрывается содержание и специфика понимания «ценностей» в педагогике и методологии научно-педагогических исследований, формируется такими понятиями, как «поиск ценностей», «оценка ценностей», «выбор ценностей», «осознание ценностей», «принятие ценностей», «присвоение ценностей», «закрепление ценностей», «актуализация ценностей», «ценностное отношение», «ценностное сознание», «схватывать ценности», «оживлять ценности» и другие.

В продуктовом подходе произошло вытеснение аксиологических смысловых компонентов понятия «ценность», что практически полностью приравняло его к понятию «цена». В связи с этим понятийно-категориальное поле, с помощью которого раскрывается содержание понятия «ценность», в продуктовом подходе представляется довольно ограниченным. Данное понятийно-категориальное поле строится с помощью таких понятий, как «создание ценности», «доставка/донесение ценности», «бизнес-ценность», «ценностное предложение», «дополнительная ценность», «уникальная ценность», «ценность продукта», которые рассматриваются как ценности первого порядка (продукт, цена, качество).

Такое стремление к переводу социальных явлений и процессов, включая образование, на язык торговли приводит к расслоению экономической и социальной сфер, к стремлению заменить все идеальные, нематериальные стимулы развития исключительно материальными, подчиняясь логике рыночных отношений. Это глубокое преобразование не просто смещает акценты, а создает новую парадигму, в которой экономическое благополучие становится единственным мерилем успеха и самореализации.

Дискуссия и обобщение аргументов о возможностях и ограничениях продуктового подхода

Возможности продуктового подхода в образовании и научно-педагогических исследованиях

Результаты исследования о потенциале продуктового подхода в сфере образования согласуются с работами, посвященными использованию больших данных в педагогическом дизайне. В частности, зарубежные исследователи M. Zotou, E. Tambouris, K. Tarabanis (2020) отмечают высокую эффективность анализа больших данных для разработки образовательных программ и мониторинга индивидуальных потребностей обучающихся. Более того, с учетом области допустимых значений продуктовый подход может использоваться на отдельных этапах педагогического исследования, промежуточные результаты которых требуют обязательной дальнейшей интерпретации и осмысления с гуманитарных позиций, социокультурной значимости, собственно педагогической целесообразности в методологически оправданной и аксиологически допустимой формализации.

Эксперты отмечают большой потенциал продуктового подхода для развития EdTech индустрии, когда программы и курсы на основе интересов пользователей, запросов рынка труда и адаптивного обучения создаются для получения дополнительных знаний и прикладных навыков работы, алгоритмов действий в конкретных

условиях, обеспечения непрерывности обучения (Tsurho, James, 2025). Кроме того, исследователи подчеркивают, что современное образовательное пространство характеризуется интегративностью, создаются различные модели партнерских отношений для увеличения эффективности обучения. Так, предпринимательский сектор интегрируется с различными образовательными системами (высшее образование, среднее профессиональное образование, корпоративное обучение), создавая единое функциональное образовательное пространство для обучения (Bischoff, Volkmann, Audretsch, 2018). Результатами такого межведомственного взаимодействия могут стать как образовательные, так и материальные продукты.

Авторы работы полагают, что продуктовый подход может быть полезен в вопросе коммерциализации результатов научно-педагогических исследований и разработок, поскольку превращение знаний в технологию, а затем вывод ее на рынок опосредованно сказываются на актуализации человеческого потенциала, экономическом развитии страны, повышении ее глобальной и национальной конкурентоспособности. Так, например, это положение находит подтверждение в исследовании Г. Ж. Алибековой, Б. М. Едгенова, А. К. Кожахметовой, Э. Н. Мынбаевой (2024), нацеленном на выявление факторов, способствующих созданию благоприятных условий для развития инновационной деятельности, и их влияния на экономический рост Республики Казахстан.

Ограничения продуктового подхода в образовании и научно-педагогических исследованиях

Исследование показало, что продуктовый подход имеет ряд существенных ограничений как для обеспечения эффективного педагогического процесса, так и для применения в качестве методологической основы проведения научно-педагогических исследований. Продуктовый подход, выросший из практических решений, в сущности не является собственно научным подходом, о чем говорят авторы книги “Innovation and Product Management: A Holistic and Practical Approach to Uncertainty Reduction” К. Gaubinger, М. Rabl, S. Swan, T. Werani (2015), рассматривающие продуктовый подход с позиций бизнес-процессов, инновационных стратегий компаний, творческих подходов к решению проблем, рыночных и конкурентных критериев. В связи с этим полномасштабный перенос его принципов на методологию научно-педагогического исследования является необоснованным и нецелесообразным.

Еще одним ограничением для сферы образования и научно-педагогических исследований являются скромные возможности продуктового подхода в формировании фундаментальных знаний. Солидаризируясь с мнением Э. К. Брейтигам (2020), авторы работы полагают, что гибкость мышления, навыки работы с большими потоками информации, адаптивность к изменяющимся условиям, внутреннюю потребность к саморазвитию способны обеспечить именно фундаментальные знания, которые, как правило, слабо формируются посредством освоения краткосрочных, узконаправленных образовательных курсов.

Наконец, существенным ограничением для сферы образования является стремление при продуктивном подходе максимально сократить период времени от первоначальной идеи продукта до вывода на рынок и получения данных об эффективности продукта. В педагогике и методологии научно-педагогических исследований, по мнению таких ведущих ученых-методологов, как А. М. Новиков (Новиков, Новиков, 2007), В. И. Загвязинский (2024), В. В. Сериков (2020), на идеи которых авторы опирались в данной работе, измеримость факта как единичного события ничего не доказывает. Необходимо показать целостную картину, динамику педагогического процесса через описание педагогических условий и событий, осмысление их возможного варьирования, мониторинг результатов применения методики разными педагогами в разных группах обучающихся. Более того, нравственно-этические, духовно-интеллектуальные ценности, развитие воли, целеустремленности, эмоциональной сферы личности сложно поддаются количественным измерениям и не могут быть сформированы в короткий промежуток времени. В результате педагогическим «продуктом» могут выступать нематериальные вещи, например: знания, умения и навыки, освоенные обучающимся, личностные качества (отношения, чувства, ценности, смыслы), творческий потенциал личности, который проявляется в приобретении социокультурного опыта и т. д.

Заключение

В результате теоретического осмысления поставленной в работе проблемы авторы приходят к следующим выводам.

Системообразующим принципом продуктового подхода является клиентоориентированность, т. е. создание ценностного для него (клиента, потребителя) предложения на основе его потребностей и запросов. Следующими принципами выступают: итеративность, которая понимается как непрерывный процесс совершенствования продукта на основе анализа данных, и измеримость результата с помощью метрик.

Попытка экстраполяции основных принципов продуктового подхода (клиентоориентированности, итеративности, измеримости результата) в сферу образования свидетельствует, что данные принципы в их более глубоком, концептуально осмысленном и целостном представлении применительно к всестороннему развитию личности успешно описаны и реализованы в различных педагогических подходах и теориях. Например, идеи педагогического творчества прослеживаются в концептуальных подходах и методике развития педагогической интуиции, в теории педагогической импровизации, в концепции педагогической герменевтики, в педагогической аксиологии и других. Эффективная и оправданная экстраполяция элементов продуктового подхода в сферу образования требует его соотнесения с утвердившимся в методологии педагогики панорамным подходом (В. И. Загвязинский), в соответствии с которым «дорожная карта» планируемого научно-педагогического исследования включает установление логических содержательно связанных контуров, одновременно пронизывающих все этапы исследования: от постановки проблемы до предопределения результатов еще на постановочном этапе исследования.

Категория «подход» в составе термина «продуктовый подход» представляет собой пример наложения наполненного концептуальными смыслами и значениями и принятого в отечественной науке понятия «подход» на процесс управления бизнес-проектами, что приводит к категориальному смешению понятий. Категории «продукт» и «ценность» в продуктовом подходе имеют явно выраженную утилитарную, прагматическую составляющую, что значительно сужает содержательное наполнение данных категорий образования и педагогики и ограничивает функционально-семантическое поле их употребления.

Гуманитарная и социокультурная специфика педагогической деятельности и процесса ее исследования позволяет применять продуктивный подход в ограниченных пределах и лишь на отдельных этапах исследования, отдавая приоритет ценностной значимости педагогического знания. Бесспорным достоинством продуктового подхода является его четкая направленность на конкретный результат. При этом, подобно личностно-ориентированному подходу в педагогике, в логике продуктового подхода акцент ставится на определении мотивов, целей, интересов обучающихся и создании образовательного пространства (цифровые платформы для обучения, сервисы и инструменты), позволяющего обеспечить свободу выбора, индивидуализацию, активизировать механизмы самореализации, саморазвития, саморегуляции.

Фундаментальным ограничением продуктового подхода для образования можно считать его «стремление» и «торопливость» в получении результата в отрыве от жизненного контекста. Такой подход утверждает самодостаточность научных, преимущественно количественных методов исследования. В этом случае ученый действует как субъект, а изучаемый объект – как пассивный реципиент исследования, воспроизводимость результатов является ключевыми критериями их достоверности. Гуманитарный подход к исследованию проблем образования, напротив, обращается к анализу широкого спектра социокультурных факторов: религиозные взгляды, художественные традиции, языковые особенности, общественные нормы, здравый смысл и другие. Личность исследователя, его ценности, эмпатия и сопереживание с учетом фактора времени и сложного эволюционного характера становления человека неизбежно влияют на процесс исследования, а взаимодействие субъектов образования строится на принципах диалогичности и сотрудничества.

В качестве перспектив дальнейшего исследования заявленной проблематики можно назвать поиск механизмов координации логико-гносеологического и ценностно-смыслового аспектов методологии научно-педагогического исследования.

Материалы исследования | Research materials

1. Бордовская Н. В. Педагогическая системология: учебное пособие для студентов, магистрантов, аспирантов, докторантов, школьных педагогов, вузовских преподавателей. М.: Дрофа, 2009.
2. Дроздов К. Продуктовый подход в компании: революционный прорыв или путь к провалу? 2024. <https://vc.ru/growth/1012805-produktovyi-podhod-v-kompanii-revolucionnyi-proryv-ili-put-k-provalu#6>
3. Загвязинский В. И. Методология педагогического исследования: учебное пособие для вузов. Изд-е 2-е, испр. и доп. М.: Юрайт, 2024.
4. Загвязинский В. И., Атаханов Р. Методология и методы психолого-педагогического исследования: учебное пособие для студентов учреждений высшего профессионального образования. Изд-е 7-е, стер. М.: Академия, 2012.
5. Загвязинский В. И., Емельянова И. Н. Общая педагогика: учебное пособие. М.: Высшая школа, 2008.
6. Ираидина М. Что такое продуктовые метрики и зачем они нужны? 2019. https://skillbox.ru/media/management/chto_takoe_produktovye_metriki_i_zachem_oni_nuzhny/#2
7. Новиков А. М., Новиков Д. А. Методология. М.: СИНТЕГ, 2007.
8. Сластенин В. А., Чижикова Г. И. Введение в педагогическую аксиологию: учебное пособие для студентов высших педагогических учебных заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2003.
9. Толковый словарь по социологии. 2013. https://sociology_dictionary.academic.ru/5182/ПРОДУКТ
10. Толковый словарь Ожегова. <https://gufo.me/dict/ozhegov/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82>
11. Толковый словарь Т. Ф. Ефремовой. <http://www.ckii.ru/Library/Vocabulary/17>
12. Черкашина Е. Как продуктивный подход помогает создавать востребованные продукты // Бизнес-секреты – медиа о бизнесе от Т-банка. 2024. https://secrets.tbank.ru/blogi-kompanij/chto-takoe-produktovyi-podhod/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F
13. Что такое продуктивный подход и как его применять // Школа управления Сколково. 2023. <https://www.skolkovo.ru/expert-opinions/chto-takoe-produktovyi-podhod-i-kak-ego-primenyat/>
14. Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/product>

Источники | References

1. Алибекова Г. Ж., Едгенов Б. М., Кожакметова А. К., Мынбаева Э. Н. Оценка факторов коммерциализации результатов научных исследований в Республике Казахстан // Экономика: стратегия и практика. 2024. № 19 (2). <https://doi.org/10.51176/1997-9967-2024-2-41-57>
2. Астахин А. С. Дополнительное онлайн образование: тенденции рынка и маркетинговые стратегии продвижения // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Экономика. 2024. № 4 (350).

3. Брейтигам Э. К. Сохранение фундаментальности математического образования как важнейшее условие непрерывного образования // Вестник Алтайского государственного педагогического университета. 2020. № 2 (43). <https://doi.org/10.37386/2413-4481-2020-2-21-24>
4. Загвязинский В. И. Общая панорама педагогического исследования: постановочный этап // Образование и наука. 2014. № 8. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2014-8-4-18>
5. Закирова А. Ф. Методологический аппарат научного исследования в аспекте концептуализации педагогического знания // Образование и наука. 2015. № 10 (129). <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2015-10-4-19>
6. Закирова А. Ф. Эвристическая природа научно-педагогического гипотезирования // Образование и наука. 2010. № 10 (78).
7. Кан Е. Н. Дизайн-мышление как способ управления энтропией в эпоху «VUCA-BANI-SHIVA-мира» // Креативная экономика. 2023. Т. 17. № 9. <https://doi.org/10.18334/ce.17.9.119039>
8. Михаленок Н. О., Акимов Д. Д. Развитие управление рисками при управлении проектами – переход к продуктовому подходу // Вестник Самарского государственного университета путей сообщения. 2021. № 4 (54).
9. Сериков В. В. Доказательность результатов педагогического исследования как методологическая проблема // Инновационные проекты и программы в образовании. 2020. № 6.
10. Сериков В. В. Педагогическое исследование: в поисках путей повышения качества // Образование и наука. 2015. № 7 (126). <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2015-7-4-23>
11. Сериков В. В. Развитие педагогического исследования: от возникновении идеи и замысла до выдвижения гипотезы // Теория инновационной деятельности. 2014. № 6.
12. Alhamadi A. The Role of EdTech in Supporting Lifelong Learning // Journal of Information Systems Engineering and Management. 2025. Vol. 10 (12s). <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i12s.1854>
13. Bischoff K., Volkmann Ch., Audretsch D. Stakeholder collaboration in entrepreneurship education: an analysis of the entrepreneurial ecosystems of European higher educational institutions // The Journal of Technology Transfer. 2018. Vol. 43 (3). <http://doi.org/10.1007/s10961-017-9581-0>
14. Chahal S. Agile Methodologies for Improved Product Management // Journal of Business and Strategic Management. 2023. Vol. 8 (4). <https://doi.org/10.47941/jbsm.1439>
15. Ebert C. Software Product Management // Software, IEEE. 2014. Vol. 31 (3).
16. El Aouni F., Moumane K., Idri A., Najib M., Ullah Jan S. A Systematic Literature Review on Agile, Cloud, and DevOps Integration: Challenges, Benefits // Information and Software Technology. 2025. Vol. 177: 107569. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2024.107569>
17. Gaubinger K., Rabl M., Swan S., Werani T. Innovation and Product Management: A Holistic and Practical Approach to Uncertainty Reduction. Berlin – Heidelberg: Springer, 2015.
18. Holmström Olsson H., Bosch J. Strategic Digital Product Management: Nine Approaches // Information and Software Technology. 2025. Vol. 177: 107594. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2024.107594>
19. Santosh C. J. Product Modular Enhancement Framework (PMEF): A New Approach to Product Upgradation // International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM). 2025. Vol. 13 (1).
20. Sjödin D., Parida V., Jovanovic M., Visnjic I. Value Creation and Value Capture Alignment in Business Model Innovation: A Process View on Outcome-Based Business Models // Journal of Product Innovation Management. 2019. Vol. 37 (2). <https://doi.org/10.1111/jpim.12516>
21. Tsurho S., James H. Enhancing Digital Literacy as an Imperative Necessity for Academic Excellence and Lifelong Learning // Multidisciplinary Research Journal. 2025. Vol. 1 (2). <https://doi.org/10.63635/mrj.v1i2.25>
22. Xu M., David J. M., Kim S. H. The Fourth Industrial Revolution: Opportunities and Challenges // International Journal of Financial Research. 2018. Vol. 9 (2). <https://doi.org/10.5430/ijfr.v9n2p90>
23. Zotou M., Tambouris E., Tarabanis K. Data-Driven Problem Based Learning: Enhancing Problem Based Learning with Learning Analytics // Educational Technology Research and Development. 2020. Vol. 68 (6). <https://doi.org/10.1007/s11423-020-09828-8>

Информация об авторах | Author information



Закирова Альфия Фагаловна¹, д. пед. н., проф.
Трифоновна Ирина Сергеевна², к. филол. н.

^{1,2} Тюменский государственный университет



Alfia Fagalovna Zakirova¹, Dr
Irina Sergeevna Trifonova², PhD

^{1,2} University of Tyumen

¹ a.f.zakirova@utmn.ru, ² i.s.trifonova@utmn.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 30.08.2025; опубликовано online (published online): 06.10.2025.

Ключевые слова (keywords): продуктовый подход; методологический потенциал; методология научно-педагогического исследования; бизнес-ценности; гуманистические ценности; product management; methodological potential; methodology of pedagogical research; business values; humanistic values.