

A Co-creation oktatásmódszertani eszköz jelensége a felsőoktatásban és a közgazdászképzésben

Co-creation as a methodological tool in higher education in the field of economics

Kéri Anita

Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar, Üzleti Tudományok Intézete
keri.anita@eco.u-szeged.hu

Absztrakt

A fogyasztók elégedettsége már régóta nagy érdeklődésnek örvendő fogalom a kutatások számos területén. A korábbi tanulmányok elismerik a diákok elégedettségének kritikus szerepét a felsőoktatásban, és köztudott, hogy a hallgatóknak folyamatosan változó szükségleteik vannak, melyek kielégítésre várnak. Ennek következtében jelentős mennyiségű szakirodalom jelent meg arról, hogy a felsőoktatási intézményeknek gyorsan kell reagálniuk a hallgatói igényekre, hogy megtarthassák őket és a nemzetközi rangsorokban elért helyezésüket. Mivel a diákok elégedettsége nagymértékben függ a tanítás minőségétől, alapvető fontosságú, hogy a felsőoktatási intézmények új tanítási módszereket alkalmazzanak. Ezért a jelen kutatás célja a co-creation, mint oktatásmódszertani eszköz bemutatása, valamint a közgazdászképzésben való alkalmazhatóságának vizsgálata egy esetpélda bemutatása segítségével. A co-creation módszertanával a tanárok képesek bevonni a kivételes diákokat a tanterv létrehozásába, ami fokozhatja a diákok órai részvételét és aktivitását, valamint növelheti a diákok elégedettségét.

Kulcsszavak: co-creation, felsőoktatás, oktatásmódszertan

Abstract

Consumer satisfaction has long been a question of great interest in a wide range of fields. Existing research recognizes the critical role played by student satisfaction in higher education. It has been noted that students have changing and variable needs. A considerable amount of literature has been published on the fact that higher education institutions have to react promptly and satisfy students' needs in order to keep their students and rankings. As student satisfaction is highly dependent on teaching quality, it is essential for higher education institutions to implement new teaching methodologies. Therefore, the aim of this paper is to analyse the concept of a teaching methodology, namely co-creation, and to examine its applicability in the field of economics with a case-study. With the methodology of co-creation, teachers are able to involve exceptional students into the creation of curriculum, which might enhance student involvement and increase student satisfaction.

Keywords: co-creation, higher education, teaching methodology

Köszönetnyilvánítás: Jelen tanulmány az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-19-19-3-SZTE-135 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának szakmai támogatásával készült.

Acknowledgements: This study was supported by the ÚNKP-19-19-3-SZTE-135 New National Excellence Program of the Ministry for Innovation and Technology.

1. Bevezetés

Az elmúlt évtizedben a kutatási érdeklődés középpontjában – többek között – a hallgatói elégedettség is megjelent, és számos olyan kulcsfontosságú szempontot azonosítottak, melyek hatással lehetnek a diákok elégedettségére. A tanítás minőségét a diákok elégedettségének egyik kulcsfontosságú meghatározó tényezőjeként határozták meg (RIBES-GINER, 2016), azonban a tanítás minősége számos különböző szempontot foglal magában, melyek közül az egyik az oktatásmódszertan és annak befolyása.

A tanítási módszerek nagy hatással lehetnek a tanulók által érzékelt tanítási minőségre, ami szintén hatással lehet az elégedettségükre, ezért alapvető fontosságú annak vizsgálata, hogy a különböző tanítási módszerek hogyan befolyásolják az osztályterem légkörét és a diákok bevonásának lehetőségét, akik újabb és újabb generációkat képviselnek, folyamatosan változó fejlesztési igényekkel. Az új generáció, nevezetesen az ezredfordulósok („Millennials”) eltérő jellemzőkkel bírnak, amelyek megkülönböztetik őket a többi generációtól. Ők ugyanis már a technológia világába születtek, könnyen használják és alkalmazkodnak az új technológiákhoz, könnyebben vállalnak kockázatot, befogadók, szeretnek megosztani információkat másokkal, könnyen együttműködnek, sőt, érzik a szabadidő értékességét is. A felsőoktatási tanítási módszereknek alkalmazkodniuk kell az új generáció igényeihez, miközben fel kell készíteniük a hallgatókat a még ismeretlen problémákkal rendelkező jövőre (CHEMI – KROGH, 2017).

A felsőoktatási módszerek egyik újonnan kialakuló témája a co-creation, amely az oktatásban – bizonyos mértékig – a tanterv közös létrehozását jelenti. A jelen tanulmány célja, hogy áttekintést nyújtson a co-creation már meglévő fogalom-meghatározásairól, valamint alkalmazásainak általános és oktatási szempontjairól, különös tekintettel a közgazdaságtan területén való alkalmazhatóságra egy esetpélda bemutatása segítségével. A dokumentum célja továbbá, hogy megvizsgálja a co-creation különböző módszereit, lépéseit és fázisait, hogy elméleti alapot biztosítson azoknak a gyakorló szakembereknek, akik ezt a módszertant szeretnék alkalmazni az osztálytermükben.

A jelen cikk öt fejezetből áll, melyben a bevezetést követően a második fejezet a co-creation fogalmát és annak különböző elméleti vonatkozásait vizsgálja. A harmadik fejezetben a co-creation-t az oktatás és a felsőoktatás szempontjából tanulmányozom, míg a negyedik fejezetben a co-creation módszereket vizsgálom meg. Az ötödik fejezet összefoglalja a kutatást, és gyakorlati ajánlásokat tartalmaz.

2. A co-creation fogalma

A co-creation fogalma először az üzleti világban jelent meg, és Prahalad és Ramaswamy (2000) határozták meg annak definícióját, akik kiemelték a fogyasztó szerepét és aktív részvételét az értékteremtési folyamatban. Mivel a fogyasztóknak egyre nagyobb mennyiségű információra van szükségük, nagyobb értéket is követelnek, melynek következtében a vállalatok felismerték, hogy ügyfeleiket aktívan be kell vonni termékeik és szolgáltatásaik létrehozásába (RIBES-GINER et al., 2016).

Prahalad és Ramaswamy (2004) voltak az elsők között, akik felismerték a co-creation fontosságát, kezdetben az üzleti területeken, ahol az ügyfelek és a piac közötti kapcsolat erősítésével értékteremtésre alkalmazták. Fényt derítettek arra, hogyha a fogyasztó szerepel a termék vagy szolgáltatás előállításának folyamatában, az nagy mértékben javíthatja a felhasználói élményt. Létrehoztak egy "DART" (dialog, access, risk, transparency - párbeszéd, hozzáférés, kockázat,

átláthatóság) elnevezésű modellt, amelyben a párbeszédet, a hozzáférést, a kockázatot és az átláthatóságot tekintették a co-creation legfontosabb tényezőinek (PRAHALAD – RAMASWAMY, 2004).

Az irodalomban való első megjelenése óta a co-creation-nek különböző megközelítései és definíciói jöttek létre. Prahalad és Ramaswamy (2002; 2004) úgy határozta azt meg, hogy a fogyasztók aktívan részt vesznek a termékek és szolgáltatások létrehozásában és az új érték teremtésében. Ezt követően új megközelítések és definíciók jelentek meg és a fogyasztók egyre fontosabbá váltak az értékteremtés folyamatában. Kiemelt fontosságú lett, hogy a vállalatoknak együtt kell működniük a fogyasztókkal a kompetencia felszívása érdekében (LUSCH et al., 2007). Witell és kollégái (2011) szerint az ügyfél aktív közvetítő szerepet játszik a co-creation folyamatában, mivel a co-creation "olyan tevékenységeket foglal magában, amelyekben az ügyfelek aktívan részt vesznek a fejlesztési folyamat korai szakaszaiban azáltal, hogy információt adnak saját szükségleteikről és/vagy ötletet javasolnak a jövőbeli szolgáltatásokra, amelyeket nagyra értékelnének a használat során" (WITELL et al., 2011:9). Egy széleskörű szakirodalmi áttekintés alapján Ribes-Giner és kollégái (2016) a co-creation-t úgy határoztak meg, hogy az azt jelenti, hogy "lehetővé tegyék a végtermék/szolgáltatás beszerzését a fogyasztói igényeknek megfelelően" (RIBES-GINER, 2016:73). Ezen meghatározások mellett a közös alkotást olyan kulcsszavak is jellemezhetik, mint az ügyfelek aktív részvétele, a pontos kommunikáció és az átlátható visszajelzések (RIBES-GINER, 2016:73).

Chemi és Krogh (2017) úgy ragadta meg a co-creation definíciójának lényegét, hogy az a közös jelentés és fejlődés kreatív (eredeti és értékes) kreálásának folyamata. Szerintük a co-creation a következőket jelenti: "a fogalmat (co-creation) ösztönösen érzékelik és értik az emberek, hiszen az az érdekelt felek közös értékeinek kölcsönös ismerete.". (CHEMI – KROGH, 2017: ix). Iversen és Pedersen (2017) továbbá kijelentette, hogy a co-creation bevonja az érdekelt feleket egy olyan kollektív tanulási folyamatba, amelyben segítségre van szükség (IVERSEN – PEDERSEN, 2017:17.), és a "co" azt jelenti, hogy ez egy társas folyamat, a "creation" pedig azt, hogy valami új jelenik meg ennek következtében (IVERSEN – PEDERSEN, 2017:22).

A co-creation már az élet számos területén megjelent és sok esetben alkalmazhatónak bizonyult. A co-creation kutatott területei közé tartozik a design gondolkodás (SANDERS – STRAPPERS, 2008), a termékinnováció, a szervezetfejlesztés (CAMARGO-BORGES – RASERA, 2013), a társadalmi innováció/menedzsment kutatás (VOORBERG et al., 2014), a hallgatói iránymutatás és a koncepcionális kutatás. A co-creation alkalmazásának egyik legújabb területe az oktatás, mivel pedagógiai eszközként is használható (CHEMI – KROGH, 2017; DOLLINGER et al., 2018).

Mindent egybevetve arra a következtetésre juthatunk, hogy a co-creation-t az elmúlt évtizedekben széles körben kutatták. Számos megközelítés jelent meg a fogalom kialakításával kapcsolatban, és széles körben alkalmazták azt számos területen, beleértve a felsőoktatást és a tanterv létrehozását, ezért a következő fejezetben a co-creation fogalmát a felsőoktatás szemszögéből tekintem át.

3. Co-creation az oktatásban

A mai globális gazdaságban és oktatásban folyamatos szükség van az oktatásmódszertani és pedagógiai fejlődésre, hiszen mivel a technológiai környezet gyorsan változik, az oktatásnak fel kell készítenie a diákokat arra, hogy a változásra reagálni tudjanak. A felsőoktatás új tendenciái közé tartozik, hogy jobban összpontosítunk a kutatásra, az oktatásmódszertanra és a

hatékony tanulásra, míg a központi cél egy olyan tanterv létrehozása, amely innovatív és kreatív. Az is megfigyelhető, hogy a diákok és a tanárok egyaránt motiváltak arra, hogy segítsenek egymásnak egy olyan élmény létrehozásában, amely javítja a tanulási élményt (DOLLINGER, 2018). A felsőoktatási intézmények hallgatóinak száma azonban nem könnyíti meg az oktatók számára az új módszerek alkalmazását. Annak ellenére, hogy szeretnénk változtatni az oktatási rendszeren és a tanítás módján, a legtöbb oktatás elavult módon zajlik. Ha megnézzük a tantermeket, a bútorok a legtöbb helyen a tanári pódium felé fordulnak, ami azt jelezheti, hogy a diákoknak elsősorban az előadót kell hallgatniuk (IVERSEN – PEDERSEN, 2017). Azonban minden új módszerrel jelentkezik az a kihívás, hogy a tanulók elfogadják-e azt, s ezek az új tanítási módszerek sikeresen bevonják vagy elrettentik őket? Ha bölcsen használják, ezek az új módszerek felkészítik a diákokat a jövőbeli kihívásokra, és a tényszerű tudás helyett készségeket tanítanak (CHEMI – KROGH, 2017).

A co-creation legújabb alkalmazása a felsőoktatás területén történik, akár más-más módszerekkel karöltve, ám széles körben alkalmazzák. A felsőoktatásban értelmezhető co-creationnek számos megközelítése létezik. Chemi és a Krogh (2017) a "közös jelentés és fejlődés kreatív (eredeti és értékes) generálásának folyamataként" (CHEMI – KROGH, 2017, viii.) és "a különböző érdekelt felek közös értékeinek tapasztalataként" határozza meg a co-creation-t (CHEMI – KROGH, 2017: ix).

A hatékony co-creation megfelelő módszerei közé tartoznak az olyan együttműködésen alapuló megközelítések, mint például a problémaalapú tanulás (problem-based learning), amely magában foglalja a problémás helyzetekben végzett munka felelősségét, miközben a tanárnak csak egy facilitátor vagy felügyelő szerepe van. Az ilyen és ehhez hasonló módszerek vonhatják be nagyobb mértékben a diákokat az oktatásba (BOVILL et al., 2011). Chemi és Krogh (2017) a co-creation felsőoktatásban alkalmazott fogalmához szorosan kapcsolta a tanuló által irányított oktatást, a diák-központú megközelítést és értékelést, a művészet-alapú módszereket, az együttműködésen alapuló dinamikát, a megismerés és érzelem összekapcsolását és a kreativitást. Bár a fogalom és a meghatározás intuitív és könnyen érthető lehet, még mindig nem világos, hogyan lehetne a gyakorlatban értelmezni, és hogy külön pedagógiai eszköznek tekinthető-e (CHEMI – KROGH, 2017). A jelen kutatásban a terjedelmi korlátok miatt csak a közös alkotás fogalmát vizsgálom.

A jelenlegi társadalmi és a munkaerőpiaci változások, valamint az ipariról az információs és tudásalapú gazdaságra való átállás komoly hatással volt és lesz az emberek munkahelyeire. Ezek a változások megkövetelik, hogy az emberek eltérő megközelítést alkalmazzanak a jövőbeli munkaerő oktatásához (JENSEN – KROGH, 2017). Prahalad és Ramaswamy (2000) korai meghatározása bizonyos tekintetben a felsőoktatásra is vonatkoztatható. Jensen és Krogh (2017) az oktatásban való meghatározásra három jellemzőt (vagyis a sikeres közös alkotás kritériumait) sorolnak fel, amelyek a diákok tiszteltetésében tartása, a diákok aktív részvételének fontossága és nyitottságuk, hogy hozzájáruljanak és értéket teremtsenek az oktatási folyamatban. Dollinger és társai (2018) szerint "a közös alkotás folyamata lehetővé teszi az intézmények és a diákok számára, hogy együttműködjenek a hallgatói tapasztalatok javítása és a diákok partneri képességének javítása érdekében" (DOLLINGER, 2018:210).

Számos előny sorakoztatható fel a co-creation oktatásban való alkalmazásának eredményeként. A diákok kulcsfontosságú információforrást jelenthetnek bizonyos tárgyak esetén, fontosságukat azonban gyakran figyelmen kívül hagyják. Sok iskola választ évtizedek óta alkal-

mazott tanítási gyakorlatot, így hiányzik az újdonság a tantervből. Azonban manapság az oktatók és a kari személyzet egyre nyitottabb arra, hogy bevonja a diákokat az oktatásba (BOVILL et al., 2011).

A tanulók elköteleződése fontos szempontnak számít a tanulás további fejlesztésének megvitatása során. Bovill és társai (2011) az elkötelezettséget "a tanulás iránti komoly érdeklődésként, aktív elköteleződésként és a tanulás iránti elkötelezettségként" határozza meg (BOVILL et al., 2011:2), ahol a diákok aktívan részt vesznek a tanulási folyamatban, és a tanárok segítőként működnek. Ez a koncepció nem csak azt teszi lehetővé, hogy a diákok véleményt nyilvánítsanak az oktatási rendszerről és a módszertanról, hanem olyan diákokká is válhatnak, akik saját szükségleteik alapján fognak változtatni az oktatáson (BOVILL et al., 2011).

4. 4. Co-creation a felsőoktatásban

Amint azt az előző fejezetekben láthattuk, a co-creation-t széles körben alkalmazzák az oktatásban és az élet más vonatkozásaiban is. Jelen fejezetben a felsőoktatásban megjelenő co-creation módszereket vizsgálom meg. Oktatási kontextusban a co-creation úgy határozható meg, hogy az a tanárok, a diákok és a személyzet közötti kapcsolatok erősítése a tanulási élmény javítása érdekében (RIBES-GINER, 2016:74). Ily módon a tanulók nagyobb felelősséget kapnak saját tantervük létrehozásában, mely pozitívabb eredményeket produkálhat.

4.1. Co-creation típusai a felsőoktatásban

Különbséget tudunk tenni a co-creation különböző típusaiban és alkalmazásában. Degnegard (2014) szerint a co-creation az alábbiak szerint hasznosítható: közös jelentés létrehozása, a felhasználói élmény és a közös érték együttes létrehozása (marketing és szolgáltatási perspektíva), technológiai megoldások közös létrehozása, ötletek és új termékek vagy szolgáltatások közös létrehozása (innováció), emberközpontú közös alkotások (tervezés és kutatás). Bovill et al. (2011) szintén megkülönböztetett több hallgatói szerepet és típust a co-creation kapcsán, melyek az alábbiak: az oktatási módszertan társalkotói, a kurzus designjának társalkotói, valamint a tanmenet társalkotói.

Bovill et al. (2011) azokat a hallgatói társ-alkotókat (co-crator) vizsgálták, akik az Elon Egyetemen voltak felelősek a kurzus design kialakításáért. A módszertan jelen esetben az volt, hogy 5-6 főből álló csoportokat hoztak létre, élükön egy akadémiai fejlesztővel, akik eléggé motiváltak voltak ahhoz, hogy a kurzus felépítésén dolgozzanak. Először meghatározták céljaikat, majd megkezdték a tanulás értékeléséről és a pedagógiai stratégiákról szóló vitát. A diákok a tantervek társalkotóiként is működhetnek, amely magában foglalhatja "a tanulási tapasztalat tervezésének, megvalósításának és értékelésének néhány vagy valamennyi aspektusát" (BOVILL et al., 2011:4).

4.2. Alkalmazási módszertan

Amikor a co-creation-t kutatási szempontból közelítjük meg, annak módszertana és az eredmények dokumentációja úgy tűnik, hogy tanulmányról tanulmányra változó. Ez azt jelenti, hogy nincs egyetértés abban, hogy a co-creation hogyan történjen. Mivel a co-creation-nek különböző típusai léteznek, a módszerek alkalmazása is eltérő, ezért ebben a fejezetben a co-creation különböző módszereit tárgyalom és értékelem.

Degnegaard (2014) tanulmányaiban a problémaalapú tanulást (PBL-t) implementálták bizonyos co-creation elemekkel karöltve alapszakos hallgatók bevonásával, és módszertanuk bizonyos sorrendet és szabályokat követett. Először is értekezletek keretében beszélgettek 1-1 kurzust már megtapasztalt alapszakos diákokkal, majd ezeket a diákokat bevonták ezekbe a már teljesített kurzusokba, hogy együttműködjenek és segítsék azok új hallgatóit. Ezt követően pedig felállították a co-creation általuk alkalmazott alapelveit.

A co-creation résztvevőinek alapelvei magukban foglalták a folyamat menetére vonatkozó szabályokat. Ezek alatt értették a diákok tiszteletét és egy olyan környezet kialakítását, amelyben a diákok saját tanulási folyamatuk vezetőiként működhetnek. Ezen túlmenően, a diákok felelősek voltak egy olyan kiváló tanulási környezet létrehozásáért, ahol felelősek voltak a többi diákért is. A tanulóknak választaniuk kellett egy érdekes és releváns témát, amelyet co-creation segítségével kellett kidolgozniuk. Degnegaard (2014) azonban kijelentette, hogy a koncepció nem biztos, hogy minden tanteremben sikeres lesz a diákok száma és a diákok gondolkodásmódja miatt.

Ezt követően meghatározták a saját maguk által alkalmazott co-creation fogalmát és alapelveit, mely esetükben a tudás létrehozását és a tanultól tanulónak való értékalkotást jelentette. Ezenkívül a tanulóknak visszajelzést kell adniuk és előadást kell tartaniuk egymásnak, így érezhető, hogy a tanár szerepe meglehetősen kiegészítő jellegű volt csupán. Az oktatónak így is lehetősége nyílt arra, hogy olyan anyagokat adjon hozzá a co-creation folyamatához, amelyeket a diákok előzetesen kihagytak, és lehetősége volt arra is, hogy kizárólag a diákok anyagára támaszkodjon, amennyiben az megfelelő volt (DEGNEGAARD, 2014).

Iversen és Pedersen (2017) meghatározták a társalkotók (co-creatorok) (diákok és tanárok) közös munkájának fő összetevőit. Kijelentették, hogy ezeket a lépéseket be kell tartani a co-creation folyamatában, mert ellenkező esetben előfordulhat, hogy az nem lesz sikeres. Először is, nyílt kommunikációra van szükség a diákok és a tanárok között. Együttműködésüknek magában kell foglalnia a tanár hajlandóságát arra, hogy meghallgassa és megértse a tanulók szükségleteit. Ez nem csak a kölcsönös megértést, hanem az új ötletek közös létrehozását is jelenti. Ez a folyamat nehezebb lehet, mint amilyennek látszik, mivel a tanárnak tudatosan kommunikatívnak, rugalmasnak kell lennie, egyensúlyt kell teremtenie a nézőpontok között és kezelnie kell a lehetséges konfliktusokat. A co-creation teljes figyelmet igényel mind a tanárok, mind a diákok részéről, mivel azok a diákok, akik részt vesznek ebben a folyamatban, nemcsak saját ötleteiket ajánlják fel, hanem saját féléves munkájukat is önként megnehezítik.

Iversen és Pedersen (2017) azonosították a tanárok azon jellemzőit, amelyek alkalmassá teszik őket arra, hogy a diákokkal co-creation-t hajtsanak végre. Azoknak a tanároknak, akik hajlandóak a co-creation-re, képesnek kell lenniük kezelni a kudarcot és a sikert, lelkesen kell fejleszteniük, valamint rugalmasnak kell lenniük a mellett, hogy jók kezelik az esetlegesen felmerülő konfliktusokat.

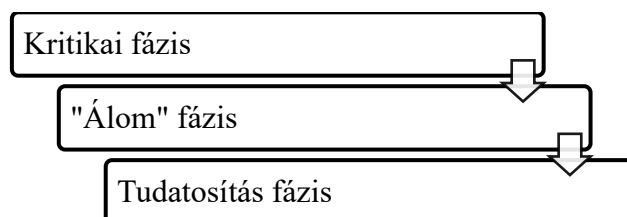
A korábbi eredmények azt mutatták, hogy a diákok sokkal elégedettebbek voltak, amikor az osztályteremben a co-creation módszerét alkalmazták, így a módszertan a legtöbb esetben sikeresnek tekinthető. Jensen és Korgh (2017) azonban úgy vélik, hogy a co-creation pedagógiai stratégiája még így is tovább fejleszthető, habár ez hatalmas kihívás a tanárok számára, mivel szerepük rendkívül megváltozik, és újra kell gondolniuk a teljes tantervet (JENSEN – KORGH, 2017).

Mindent egybevetve kimondhatjuk, hogy a co-creation-t sokféleképpen alkalmazzák, mivel a módszertan tekintetében nincs közös egyetértés. Amint azt az előző fejezetben is megállapítottam, egy korábbi meghatározása kimondja, hogy "a fogalom ösztönösen érzékelhető és érthető" (CHEMI – KROGH, 2017: ix), és ez módszertan esetén is megfigyelhető. Minden tanulmány mást alkalmaz és minden kutató saját maga dönt az alkalmazásról, melyet nagymértékben a kutatás célja határoz meg. A legtöbb kutató a co-creation oktatásban való alkalmazásának előmozdítója, hiszen ösztönösen együtt dolgoznak a diákjaikkal, hogy közösen alkossanak tudást. A fent említett vizsgálatok többségében a vizsgálati terület kevésbé releváns az alkalmazhatóság tekintetében. A co-creation legfontosabb tényezői maguk a társalkotók (co-creatorok), mivel a tanulmányok elsősorban rájuk helyezik a hangsúlyt. Következésképpen a co-creation a közgazdaságtan területén is a tudás közös létrehozására szolgáló módszerként használható.

4.3. Co-creation fázisai

A korábbi kutatások alapján megállapítható, hogy a co-creation módszereket általában különböző fázisokra, folyamatokra bontják, mely folyamatok meghatározása eltérő a különböző tanulmányokban. A kutatások túlnyomó többségében a co-creation meghatározásához hasonlóan a co-creation fázisait is önkényesen határozzák meg. Degnegaard (2014) tanulmányában a co-creation három különböző szakaszát különbözteti meg egymástól, melyeket az első ábra szemléltet (1. ábra).

1. ábra: Co-creation fázisai



Forrás: Saját szerkesztés Degnegaard (2014) alapján

A kritikai fázisban a társalkotók azonosítják az oktatással kapcsolatos kihívásokat és problémákat, és "jövő workshopot" tarthatnak, hogy megbeszéljék, mi történhet a jövőben oktatás terén. A második fázisban, amelyet álomfázisnak neveznek, a társalkotó diákok elmondják, hogy mit szeretnének csinálni és tanulni a közösen létrehozott kurzus során. Ez az a fázis, amikor korlátozás nélkül elmondhatják elképzeléseiket a számukra legideálisabb tanulási környezetről. Azonban a harmadik fázisban az úgynevezett tudatosítás fázisban a társalkotóknak szembe kell nézniük a valósággal, és meg kell találniuk, hogy mely megoldásokat tudják teljesen megvalósítani az általuk talált problémákra. A fázisok elkülönítésén felül a co-creation sikerének kulcstényezői is meghatározásra kerültek, melyek a tudatosítás fázisában játszanak nagy szerepet: papírra vetett jegyzetek, megbeszélések, tantermi megfigyelések és annak jegyzetei, valamint hallgatói képviselőkkel való találkozók és egyeztetések.

Egy másik tanulmányban, Ribes-Giner és szerzőtársai (2016) is megállapították, hogy a co-creation számos kihívást állít elénk és különböző fázisokból áll. Az első fázis az ő meghatározásában a felfedezés, amikor a co-creation lehetséges módjait tárják fel. A második a teremtés,

amikor a a co-creation folyamata történik, az utolsó lépés pedig az értékelés, amikor a co-creation folyamatát értékelik (RIBES-GINER et al., 2016). Az általuk meghatározott co-creation folyamat a 2. ábrán látható.

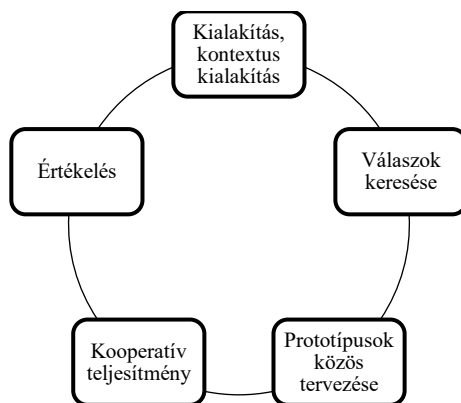
2. ábra: A co-creation folyamata



Forrás: Saját szerkesztés Ribes-Giner et al. (2016) alapján

Tanulmányaiban Iversen és Pedersen (2017) számos olyan lépést sorakoztatnak fel, amelyeket a tanterv osztályon belüli együttes megalkotása esetén gyakran használnak. Ezek a lépések magukban foglalják a párbeszédet, a tereptanulmányokat, az interjúkat, a narratívákat és a naplózást. Saját kutatásaikban a hangsúlyt a co-creation 5 lépcsős tervezési modelljére helyezik, melyet a 3. ábrán láthatunk.

3. ábra: A co-creation 5 lépcsős modellje: A társ kreatív tanulási folyamat kereké



Forrás: Saját szerkesztés Iversen and Pedersen (2017) alapján

Ebben a tanulási folyamat kerékben öt lépést figyelhetünk meg. A keretezés vagy a kontextus-kialakítás az első lépés, amikor az érintett felek kifejezik szándékukat és meghatározzák az együttműködési területüket. A második lépés a válaszok keresése, ami azoknak a kihívásoknak a meghatározása, amelyeken a társalkotók dolgozni szeretnének. A következő lépés a prototípusok közös tervezése (ebben az esetben a tudásgyártás), amely meghatározza azt, hogy a társalkotók hogyan fogják leküzdeni a kihívásokat. Ezután a kooperatív teljesítmény következik, amikor a társalkotók végrehajtják a terveket, majd pedig értékelik az eredményeket és a folyamatot.

Az áttekintett tanulmányok azt mutatják, hogy nincs konszenzus annak tekintetében, hogy a co-creation-nek milyen lépései vannak, így a kutatók azt saját kutatásuk célja és korábbi tapasztalataik alapján határozzák meg. Így azt gondolom, hogy a korábban említett szakaszok példaként használhatók a felsőoktatásban és a közgazdaságtan területén történő co-creation folyamatához.

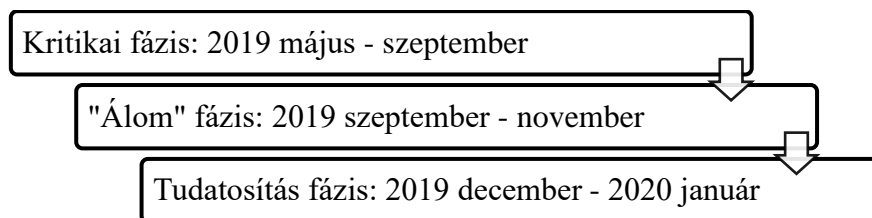
4.4. Esetpélda

Az eddigi szakirodalmi feltárás nem fedett fel kitételeket a co-creation egyes tudományterületként történt oktatásban való alkalmazásában, így a nemzetközi közgazdász képzésben tettem kísérletet a co-creation oktatásmódszertani eszköz használatára. A 2019/2020-as tanév

őszi félévének kezdete előtt önkényesen kiválasztott négy külföldi hallgatóval kezdtük kidolgozni a 2019/2020-as tavaszi félévben tartandó piackutatás angol nyelvű kurzus tanmenetét. Fontos leszögezni, hogy szándékosan olyan hallgatók kerültek kiválasztásra, akik még nem tanultak piackutatást és az általuk kialakított piackutatás kurzuson ők maguk is részt fognak venni. A hallgatók kiválasztása 2019 májusában történt, így korán bele tudtunk kezdeni a közös munkába, ami havonta vagy kéthetente megtartott egyeztetéseket és megbeszéléseket jelentett. A beszélgetéseket az adatok szenzitivitása miatt nem rögzítettem, írásos jegyzetek és feljegyzések készültek.

A megbeszélések során fellelhetők voltak a korábban szakirodalomban azonosított co-creation fázisok (DEGNEGAARD 2014), ugyanis az első beszélgetések során (2019 május-szeptember) egyértelműen a folyamat kritikai fázisában voltunk, mely során a hallgatók jelenlegi oktatásmódszertani eszközökkel szemben támasztott kritikái erősödtek fel. A co-creation kutatásban tapasztalt fázisait a 4. ábra szemlélteti.

4. ábra: Co-creation kutatásban tapasztalt fázisai



Forrás: Saját szerkesztés Degnegaard (2014) alapján

A megfogalmazott kritikák többnyire az egyetemen tartott órák előadás jellegeire vonatkoztak, hiszen a hallgatók szerint több gyakorlatias óra lenne szükséges. Az egyetemi órákkal szemben általános kritikaként továbbá felmerült még a számonkérések módszerének elavultsága és egyszínűsége. A beszélgetések medrét igyekeztem nem az oktatók felé megfogalmazott kritikák, hanem a módszertani fejlesztési lehetőségek felé terelni.

A kritikai fázist az álom fázisa követte (2019 szeptember-november), mely beszélgetések során a hallgatók megfogalmazták a számukra leginkább tetszetős, kimondottan leendő piackutatás óráikon alkalmazott számonkérést, oktatásmódszertant és tananyagfeldolgozást. Ebből a felsorolásból is szembetűnik, hogy a hallgatókkal nem csupán a „Mit tanuljunk?” kérdését boncolgattuk, hanem a „Hogyan tanuljunk hatékonyabban?” kérdéskört is, ám néhány olyan ténnyezőt is szerettek volna módosítani, mely nem volt kivitelezhető, így ennek okán áttértünk a tudatosítás fázisába.

A tudatosítás fázisa 2019 decemberétől egészen a tavaszi félév kezdetéig tartott, hiszen akkor megkezdődtek a co-creation-nel előkészített kontaktórák. Ebben a lépésben hallgatók által megfogalmazott ötletek 80%-át megtartva, ám mégis a realitás talaján maradván alakítottuk át a piackutatás órát. A hallgatók ötletei mentén az órákon a tananyag oktatása nem frontális úton történt. Az angol nyelvű piackutatás óra létszáma (14 fő) lehetővé tette, hogy a tanterem berendezését módosítva, tömbösített órán, csoportos beszélgetés keretében tárjunk fel egyes témákat, annak gyakorlatias oldalát tekintve. A hallgatók az órai jelenlétén felül a félév során két fős csapatokban 3 témát dolgoztak fel, melyet az órákon kellett volna prezentálniuk, ám ez a koronavírus helyzet miatt online, előre felvett videók formájában valósult meg. Sajnálattal módon a co-creation folyamatának legfontosabb lépése, az előre megtervezett tantermi órák nem valósulhattak meg teljességükben, csupán egy tömbösített kontaktóra került megtartásra,

így a következtetések levonásánál körültekintően kell eljárni, ezt az utolsó fejezetben teszem meg.

4.5. Kihívások, előnyök és lehetőségek

A korábbi kutatásokhoz hasonlóan saját tapasztalatom is az volt, hogy amennyiben úgy dönt egy oktató, hogy a co-creation módszertanát alkalmazza az óráin, ez kihívást jelenthet mind az oktató, mind pedig a hallgató számára. Az oktatók kisebb kontrollal rendelkeznek a hallgatók felett, nem tudnak mindig tökéletesen előre tervezni, mert a vezérlés eltolódik a diákok felé, akik a kurzus társalkotóiként működnek. A co-creation komoly időbefektetést igényel, hiszen a tanároknak újra kell gondolniuk a tantervet és többször is személyes találkozókon egyeztetni a co-creation-be bevont hallgatókkal. Azáltal, hogy az irányítást részben átadják a diákoknak, egy másik kihívás is felmerül. A hallgatóknak meg kell felelniük a szakmai követelményeknek, valamint el kell sajátítaniuk a tananyagot és a szükséges készségeket. További nehézség a bevont hallgatók kiválasztása, hiszen a diákok egészen különböző képességekkel rendelkeznek (BOVILL et al., 2011).

A kihívások a diákok szemszögéből is vizsgálандók, hiszen partnernek kell érezniük magukat, különben nem lennének hajlandók önként ötleteket adni (BOVILL et al., 2011). Az együttműködésnek nyitottnak kell lennie és a diákokat komolyan kell venni, és hasonlóan a személyzethez vagy a tanárokhoz, sokszínűnek kell lenniük, mivel az ötletek és az új javaslatok bárkitől származhatnak. Az is döntő fontosságú, hogy a közös alkotás folyamatát meg kell-e ismételni, mivel a co-creation nem feltételez azonnali sikert. A legfontosabb tényező pedig az, hogy a diákokat értékelni kell a co-creation iránt tett erőfeszítéseikért, azon felül, hogy maguknak is értékelniük kell a folyamatot (DEGNEGAARD, 2014). Ribes-Giner et al. (2016) elemezve a co-creation-ben rejlő lehetőségeket kiemelték az érdekelt felek közötti kommunikáció serkentését, mely produktiváshoz vezet. Bovill et al. (2011) szintén azt állítja, hogy a co-creation alkalmazásával mind az oktatók és a diákok elkötelezettségét meg lehet erősíteni és hidat lehet képezni a két csoport között, mely azt gondolom a saját co-creation folyamat alatt is létrejött.

5. Összegzés és következtetések

Jelen tanulmány a co-creation fogalmát és oktatásmódszertani alkalmazhatóságát vizsgálta a felsőoktatásban egy esetpéldán keresztül, emellett áttekintő műként szolgált a co-creation meghatározására és módszertanának vizsgálatára. A tanulmány továbbá rávilágít arra, hogyan és milyen fázisok mentén alkalmazható ez a módszer az oktatásban, ahol a co-creation viszonylag új kutatási témának számít.


Amint azt a fenti tanulmányokból láthattuk, a co-creation bizonyos korlátokkal bír alkalmazás terén. A korábban várt korlátokkal ellentétben azonban nem a tanulmányi terület jelent akadályt, hanem maguk a társalkotók, ezért ennek a tanulmánynak az egyik következtetése az, hogyha a co-creation feltételei jelen vannak (a diákokat partnernek tekintik, a tanárok és a diákok között kommunikáció, együttműködés és párbeszéd fennáll (BOVILL et al., 2011), akkor az a legtöbb oktatási területen alkalmazható, beleértve a közgazdaságtant.

A saját co-creation folyamat tanúságai között említhetem, hogy érdemes előre tervezni, időben kiválasztani a bevont kívánt hallgatókat, a folyamatot időben elkezdni, hogy a hallgatókban is kialakuljon egy pontos kép arról, hogy milyen módon és mélységben van beleszólásuk az óra kialakításába. Amint a co-creation folyamata elkezdődik, folyamatos önreflexióval kell élni

és a co-creation folyamatát értékelni, hiszen annak időtartama és jellege miatt könnyen leterehetünk az előre definiált útról.

A co-creation korábban feltárt lépései valósan bizonyultak az esetpéldában is, azonban a vizsgált co-creation eset alatt a szakirodalomban lévő hiányosság is körvonalazódott. Korábban nem definiálták kellőképpen, hogy a co-creation milyen szintekkel rendelkezik, így azt javaslom, hogy tegyünk különbséget a co-creation szintjei között is (nem csupán folyamatának lépései között) annak alapján, hogy az oktató milyen mélyen vonja be diákjait a tantermi tevékenységek közös létrehozásába. Úgy gondolom, hogy a co-creation értelmezhető több szinten is annak alkalmazása és annak intuitív jellege miatt. Az általam javasolt co-creation, mint oktatásmódszertani eszköz szintjeit az 5. ábra jelzi.

5. ábra: Co-creation értelmezésének javasolt szintjei a felsőoktatásban



Haladó	• teljes tanterv (kurzus felépítése és az összes tantermi tevékenység közös létrehozása)
Középhaladó	• kurzus felépítésének és egyes tantermi tevékenységek közös létrehozása
Kezdő	• egyes tantermi tevékenységek közös létrehozása

Forrás: Saját szerkesztés

E különbségtétel szerint a kezdő szint azokat a co-creation tevékenységeket foglalja magában, amelyek egyes tantermi tevékenységek megalkotását takarják, tehát a diákok kevésbé intenzív módon kerülnek bevonásra. A második szint a középhaladó, mely szinten a kurzus felépítésébe és számos tantermi tevékenységbe bevonásra kerülnek a hallgatók. Ily módon a tanulók segítenek a feladatok összeállításában, és meg kell határozniuk a kurzus tanulmányi szabályait és magatartási kódexét. A harmadik és legfejlettebb típus a haladó szintű co-creation, mely szinten a bevont diákok és a tanár(ok) hosszabb ideig (egy vagy két féléven át) dolgoznak együtt a teljes tanterven, hogy megtervezzék az összes tantermi tevékenységet és a kurzus teljes felépítését is. Meggyőződésem, hogy ezt a differenciálást tovább lehetne részletezni, azonban a kutatás jelenlegi pontján a definíciók összegzése és az újonnan megállapított szintek is segíthetnek a pedagógusoknak eldönteni azt, hogy milyen szinten kívánják alkalmazni a co-creation jelenségét az oktatási tevékenységükben.

Mindent egybevetve, jelen tanulmány áttekintést nyújtott a co-creation fogalmáról, módszertanáról és az oktatásban való alkalmazásáról. A kutatás egyik célja az volt, hogy fényt derítsen a co-creation közgazdaságtan területén való alkalmazhatóságára. A korábbi kutatások nem fedtek fel olyan eredményeket, amelyek azt bizonyítanák, hogy ez a módszer csak bizonyos tanulmányi területekre alkalmazható. További megállapítása ennek a tanulmánynak a co-creation szintjeinek differenciálása, amely további betekintést biztosít azoknak a szakembereknek, akik a co-creation módszer alkalmazását fontolgatják.

Irodalomjegyzék

- Bovill, C. – Cook-Sather, A. – Felten P. (2011): Students as co-creators of teaching approaches, course design, and curricula: implications for academic developers, *International Journal for Academic Development*, 16(2),133-145, DOI: [10.1080/1360144X.2011.568690](https://doi.org/10.1080/1360144X.2011.568690)
- Camargo-Borges, C. – Rasera, E. F. (2013): *Social constructionism in the context of organization development dialogue, imagination and co-creation as resources of change*. Sage Open, 3(2), 1-7. <https://doi.org/10.1177/2158244013487540>
- Chemi, T. – Krogh L. (2017): Co-creation in Higher Education. Sense, Denmark.
- Degnegaard, R. (2014): Co-creation, prevailing streams and a future design trajectory, *CoDesign*, 10(2), 96-111, DOI: [10.1080/15710882.2014.903282](https://doi.org/10.1080/15710882.2014.903282)
- Dollinger, M. – Lodge, J.M. – Coates, H. (2018): Co-creation in higher education: towards a conceptual model. *Journal of Marketing for Higher Education*, 28(2), 210-231.
- Iversen, A-M. – Pedersen, A. S. (2017): Co-creating knowledge. In Chemi, T., Krogh, L. (eds.): *Co-creation in Higher Education*. Sense, Denmark, 15-30.
- Jensen, A. A. – Krogh, L. (2017): Re-thinking curriculum for 21st-century learners. In Chemi, T., Krogh, L. (eds.): *Co-creation in Higher Education*. Sense, Denmark, 1-14.
- Lusch, R.F. – Vargo, S.L. – O'Brien, M. (2007), "Competing through service: Insights from service-dominant logic", *Journal of Retailing*, 83(1), 5-18.
- Prahalad, C. K. – Ramaswamy, V. (2000): Co-creating customer competence. *Harvard Business Review*
- Prahalad, C.K. – Ramaswamy, V. (2004): Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5-14.
- Ribes-Giner, G. – Perello-Marín, M.R., Díaz, O.P. (2016): Co-creation impacts on student behavior. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 228, 72-77.
- Sanders, E.B.N. – Stappers, P.J. (2008): Co-Creation and the New Landscapes of Design. *Co-Design*, 4, 5-18. <http://dx.doi.org/10.1080/15710880701875068>
- Voorberg, W.H – Bekkers, V.J.J.M, Tummers, L.G. (2014): Co-creation in social innovation: A comparative case-study on the influential factors and outcomes of co-creation. Presented at the IRSPM – conference, Erasmus University Rotterdam. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1765/51069>
- Witell, L. – Kristensson, P. – Gustafsson, A. – Löfgren, M. (2011) Idea Generation: Customer Co-creation versus Traditional Market Research Techniques. *Journal of Service Management*, 22(2), 140-159.