

*Л.И. НАЙДЕНОВА**УДК 316.354*

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ: СОДЕРЖАНИЕ, СТРУКТУРА И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ

У статті сформульована концепція соціологічного дослідження соціального капіталу вищого навчального закладу. Розглядаються підходи до визначення змісту, класифікації, структури соціального капіталу, в тому числі організації. Сформульовано зміст, структура та фактори формування соціального капіталу цієї організації.

Ключові слова: соціальний капітал, вищий навчальний заклад, системний підхід, інституціональний підхід, мережеве взаємодія

В статье сформулирована концепция социологического исследования социального капитала высшего учебного заведения. Рассматриваются подходы к определению содержания, классификации, структуры социального капитала, в том числе организации. Сформулированы содержание, структура и факторы формирования социального капитала этой организации.

Ключевые слова: социальный капитал, высшее учебное заведение, системный подход, институциональный подход, сетевое взаимодействие.

In the article the concept of the sociological studies of the social capital of a higher educational institution is formulated. Approaches to the definition, classification, structure of social capital, including the organization are . Formulated the content, structure and factors of social capital formation of this organization.

Keywords: social capital, higher educational institution, system approach, institutional approach, networking.

В условиях информатизации общества важное значение приобретает высшее профессиональное образование, главными целями которого являются не только подготовка компетентных специалистов, но и формирование интеллектуального потенциала.

Высшее образование является подсистемой социального института образования, и в нем формируется социальный и культурный потенциал для накопления социального капитала. Но каждое высшее учебное заведение (далее - вуз) функционирует и как организация. Внимание ученых (социологов, политологов) давно привлекает

исследование различных форм внеэкономического капитала (политического, культурного, символического, социального). Но мало исследованы особенности его формирования и функционирования в организации, где проявляется специфика образовательного учреждения.

Исследование процесса формирования социального капитала высшего учебного заведения (как организации, ведущей подготовку в системе высшего профессионального образования), предполагает постановку задач:



- анализ концепций социального капитала, определение его управляемых показателей;

- рассмотрение структуры социального капитала высшего учебного заведения как организации, выделение его основных компонентов,

- выявление объективных и субъективных факторов развития социального капитала высшего учебного заведения.

Постановка цели и выбор вуза (как подсистемы социального института образования) в качестве объекта социологического исследования сами являются новыми. Применение институционального подхода тоже является новым в отношении исследования структуры и факторов развития социального капитала вуза как предмета этого исследования. Институциональный подход позволит определить институциональные признаки и социальные функции, определить факторы развития.

Французский социолог П. Бурдьё рассматривает капитал в трех измерениях: как экономический, культурный, социальный. Он считает, что социальный капитал – это вклад членов господствующего класса (группы или сети) с целью поддержать воспроизводство групповой сплоченности и сохранения господствующих позиций. Это – инструмент актуальных и потенциальных ресурсов, которые вместе составляют институционализированные отношения, построенные на взаимных связях. Члены групп обладают собственным капиталом, из которого им позволено брать кредиты [1. Р 22].

Американский ученый Дж. Коулман считает, что социальный капитал включает те аспекты социальной структуры, которые облегчают действие индивидов внутри группы. Люди в группе осуществляют контроль над ресурсами, в которых они заинтересованы. Под ресурсами он понимает существующие социальные связи

и коллективные ценности, сформированные их наличием. Социальный капитал складывается из индивидуальных ценностей, которые постепенно перерастают в ресурсы социальной структуры. В процессе формирования социального капитала возникают не только властные отношения, но и отношения доверия, которые характеризуют готовность к совместному риску, а система доверия способствует созданию новой социальной нормы [2].

Идея социального капитала как общественного блага развивается и Р. Патнэмом. Он дает следующее определение социального капитала: «Социальный капитал относится к характеристикам социальной организации, таким, как доверие, нормы, сети, которые могут улучшить эффективность общества» [3].

В российских изданиях можно встретить трактовку социального капитала и как ресурса организации. П.Н. Шихирев выделяет его основные характеристики: доверие организации «как интегральное выражение состояния ее внутренних общественных связей»; репутация организации «как выражение состояния внешних связей»; стратегия и тактика деловых переговоров «как выражение ценностной ориентации субъекта социальных отношений»; корпоративное управление как «следование принципам и ценностям» [4. С.27]. Важнейшим свойством социального капитала как формы социальных межличностных отношений (особенно в экономике, бизнесе) П.Н. Шихирев называет доверие. В вопросах корпоративного управления подчеркивается этическая сторона бизнеса - порядочность, надежность, социальной ответственность [4. С.31].

В современной российской социологии (Н.Е. Тихонова) социальный капитал понимается как включенность в норму отношений, обеспечивающих доступ к ресурсам других акторов (или более

эффективное использование собственных ресурсов с их помощью). Это способствует наращиванию совокупного капитала и углублению неравенства в обществе [5. С.24-35].

По мнению других исследователей, социальный капитал – это интегральная характеристика, включающая в себя материальные ресурсы (земля, дома, деньги) и символические ресурсы: образование, членство в организациях, почетные знаки, титулы, репутацию и другие нематериальные активы. Все эти ресурсы принадлежат отдельному человеку, сети людей или ассоциациям [6. С.25-26].

Новые определения появились в последнее время. Л.С. Жгун считает, что социальный капитал – это одно из главных понятий института социально-педагогического образования как фактора развития региона. В общем социальном плане оно обозначает ресурс, институциональное преимущество территории. Основой социального капитала является капитал человеческий. Это совокупность человеческих способностей, дающих возможность их носителю получать доход. Человеческий капитал - главный продукт системы социально-педагогического образования на территориальном уровне. Он выражается в запасе знаний, навыков, мотиваций, профессиональных компетенций каждого участника образовательного процесса [7. С.158].

Т.Ю. Сидорина обращается к проблеме формирования и роли социального капитала фирмы, предприятия в России в 2000-2005 годах, применяет подход к исследованию социального капитала как общественного блага. Предприятие выступает в роли коллективного актора, носителя определенного социального капитала. Социальный капитал в этом случае может выполнять все известные и свойственные данному виду капитала функции [8. С.319-334].

В.И. Логинов определяет социальный капитал организации как совокупность сетевых ресурсов, основанных на нормах взаимного признания и доверия, способствующих эффективному сотрудничеству в организации и успешному достижению ее целей. В структуре социального капитала организации выделены три основных компонента: а) организационные сети; б) организационные нормы; в) отношения доверия. Организационные сети включают: взаимопонимание сотрудников организации, компаративно-сопоставительные отношения в организации, участие сотрудников в управлении организацией. Нормативный аспект социального капитала организации раскрывается через организационную и конвенционально-договорную культуру. Имеется множество видов доверия: межличностное, деперсонифицированное, обобщенное, вынужденное, внутреннее и внешнее. Проявлением внешнего доверия к организации выступают ее репутация, имидж [9].

В.В. Мицкевич рассматривает классификацию видов социального капитала организации по признакам внутреннего и внешнего типа. Социальный капитал организации внешнего типа в наиболее общем виде можно представить следующим образом 1) производственно ориентированный социальный капитал организации; 2) социальный капитал организации, ориентированный на внешнюю среду; 3) рыночно ориентированный социальный капитал [10. С.92-96]. Производственно ориентированный социальный капитал включает связи с поставщиками и партнерами, которые можно использовать в целях развития организации, оптимизации ее производственной деятельности. Социальный капитал организации, ориентированный на внешнюю среду, представлен связями с локальной или региональной средой, представителями



политической и административной элиты, которые позволяют лоббировать интересы организации. Рыночно ориентированный социальный капитал включает связи организации с потребителями продукции или услуг. Вероятно, социальный капитал вуза как организации можно отнести к виду, ориентированному на внешнюю среду.

Литовские социологи П. Мачеринскене, Ж. Минкуге-Генриксон, Х. Симанавичене выделяют три уровня элементов социального капитала организации. На мезоуровне – правила организации (уровень анализа) и социальные сети (внутри), на макроуровне – правила государственных органов управления (уровень анализа) и доверие (внутри), на микроуровне – правила взаимодействия индивидов (уровень анализа) и общие нормы и убеждения (внутри). Социальный капитал можно определить как сознательное пользование индивида, организации, социальной группы или всего общества социальными сетями, которые благодаря доверию, общим нормам и правилам становятся средствами достижения цели [11. С.32]. К элементам социального капитала многие ученые относят: социальные сети, нормы, правила, убеждения, доверие [11. С.31].

Можно дать такое определение. Социальный капитал вуза – цель выполнения одной из функций, атрибут институционального признака. Это и условие жизнеспособности организации (в данном случае - вуза), и результат общественного признания.

Содержание социального капитала вуза можно разделить на две подсистемы. Первая, подсистема общих показателей – это накопление, продуктивность, конвертируемость. В данном случае происходит накопление интеллектуального потенциала (подготовка квалифицированных специалистов, научно-исследовательская работа). Их результаты и показатели переходят в показатели продуктивности. Конвертируемость означает общественное признание

достижений высшего учебного заведения по видам учебной и научной работы. Вторая, подсистема особенных или частных показателей - это формирование на основе существующих социальных структур (набор на все формы обучения и пополнение преподавательских кадров соответствуют изменениям в социальной структуре города, региона); потребности окружающего социума в высшем образовании как средстве вертикальной социальной мобильности; социокультурная обусловленность, связанная с организационной культурой данного высшего учебного заведения.

Элементы структуры социального капитала можно отнести к институциональным признакам, которые проявляются в деятельности того или иного института. В данном случае высшее профессиональное образование представляет важную подсистему в рамках социального института образования. Рассмотрим их по порядку.

1. Социальные сети в системе высшего профессионального образования формируются в двух качественно различных видах. Именно в образовании социальный капитал проявляется в структурном и социальном виде, о которых также говорят ученые, исследующие социальный капитал [11. С.37]. Сетевое взаимодействие – как институциональная основа для образования сетей – проявляется в двух аспектах.

Во-первых, это - взаимодействие вузов с партнерами – работодателями и заказчиками, к которым будут направлены выпускники, а также это взаимодействие происходит в научной, предпринимательской, информационно-технологической сферах деятельности;

Одно из направлений такого взаимодействия – создание Центров подготовки и трудоустройства выпускников во многих вузах. Например, в Пензенском государственном технологическом университете создан. Целевой центр

подготовки и трудоустройства. Цели деятельности Центра:

1. Организация практики студентов на предприятиях и организациях.
2. Содействие в трудоустройстве студентов и выпускников.
3. Снижение напряженности на региональном рынке труда.

Предприятиями-партнерами являются крупные предприятия и организации машиностроения, химического машиностроения, приборостроения, пищевой промышленности, фармацевтической и медицинской промышленности, связи и информационных технологий, а также некоторые средства массовой информации, рекламные агентства, общественные организации.

Другое направление – научно-техническое сотрудничество с предприятиями и организациями региона. Например, Пензенский государственный университет архитектуры и строительства ведет деятельность на многих строительных объектах Пензы и Пензенской области, в различных регионах России. Основные научно-технические услуги: проектные и предпроектные; инженерно-технические и опытно-конструкторские разработки; экспертиза и мониторинг зданий, сооружений; консалтинг и научно-техническое сопровождение.

Во-вторых, это - взаимодействие в сфере подготовки или в образовательной среде вуза. Это применение информационных и коммуникационных технологий, объединение образовательных учреждений различных уровней среднего и высшего профессионального образования, интеграция образовательных учреждений в федеральные университеты.

Происходит формирование эффективных взаимоотношений вузов между собой и с деловыми партнерами (субъектами бизнеса, органами власти, общественностью). Основные характеристики сетевого взаимодействия: пространство, информация, время, энергия

[12. С.129]. Возможные формы сетевого взаимодействия (на примере российских вузов – Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, Российского университета дружбы народов, Томского национального исследовательского университета, Уральского федерального университета и др.) включают: консорциумы (выработка и реализация стратегий объединенных вузов, создание научно-образовательных центров на базе различных университетов, проекты образования сетевых университетов) [12. С.130-131].

Создание электронной сетевой образовательной среды позволяет получить сетевое образовательное взаимодействие. Это дистанционное обучение, создание образовательных серверов с модульной объектно-ориентированной динамической обучающей средой, широкое применение электронных образовательных ресурсов в учебный процесс. Все это не только дополняет аудиторную работу, но создает новые возможности для индивидуального подхода в обучении, для формирования и закрепления компетенций, необходимых выпускнику с высшим профессиональным образованием.

2. Нормы выражаются через организационную культуру. Существует много определений организационной культуры. Следует выбрать определения, которые наиболее связаны с сущностью и функциями социального капитала организации. Это, например, определение, которое дает А.А. Радугин: система связей, действий, взаимодействий и отношений, которые осуществляются в рамках конкретной предпринимательской деятельности, способа постановки и ведения дела [13. С.338]. Для высшего учебного заведения характерна такая система связей, действий, взаимодействий, которые отвечают целям: образовательного процесса и подготовки квалифицированных специалистов, и научной деятельности высшей школы.



3. Правила и принципы – это основные механизмы для выполнения социальных функций, характерных для организации как части социального института, обладающей социальным капиталом. Основные принципы - целесообразность, осознанный выбор управленческих решений, формирование на основе заданных социальных структур – в современных условиях дополняются инновационностью в образовательной и научной деятельности, а также в управлении, и созданием информационного поля высшего учебного заведения.

4. Убеждения формируются с помощью организационной культуры, и включают ценностное отношение к высшему профессиональному образованию. Средствами для этого являются: внедрение научных достижений в бизнес, содействие развитию малых предприятий в научно-технической сфере, целевые программы в поддержку начинающих бизнесменов. Такая активная деятельность проводится, например, в Пензенском государственном университете, Пензенском государственном технологическом университете, Пензенской государственной сельскохозяйственной академии.

Ценностное отношение к высшему образованию, к науке формируется, если творческая молодежь участвует в накоплении интеллектуального потенциала. Средства и формы такого творческого участия обсуждались на Первом молодежном инновационном форум «Открытые инновации – вклад молодежи в развитие региона» (Пензенский государственный университет, декабрь 2013).

5. Доверие представляется как отношение к результату деятельности вуза, к выполнению им своих социальных функций выражается через общественное признание выпускаемых специалистов (бакалавров, магистров, кандидатов наук). Критерием доверия становится конкурентоспособность (высшего

профессионального образования, высшего учебного заведения, его выпускников).

Конкурентоспособность вуза - это социально-институциональное качество системы высшего профессионального образования. Следует выделить такие критерии развития этого качества:

- Конкурентоспособность выпускников вуза;
- Качество образования и подготовки выпускников вуза;
- Конкурентоспособность вузов на региональном рынке образовательных услуг и в системе высшего профессионального образования.

Для оценки критериев и факторов конкурентоспособности факторов надо периодически исследовать показатели:

- конкурсы в различные вузы (по специальностям);
- уровни подготовки специалистов в вузах (по итогам выпусков);
- количественный выпуск специалистов (по специальностям);
- трудоустройство выпускников вузов;
- занятость специалистов (по отраслям);
- высвобождение специалистов в зависимости от возраста и по отраслям;
- возможности переподготовки специалистов по конкретным профессиям и специализациям [14. С.73-74].

Дополнительным элементом формирования социального капитала высшего учебного заведения становится создание интеллектуального потенциала вуза. Этот потенциал включает накопленные результаты научной и практической деятельности. Имеет компоненты: образовательный, научный, управленческий, социокультурный.

На наш взгляд, существуют две группы факторов формирования и развития социального капитала в обществе и на его уровнях. Это:

- Объективные факторы: наличие экономического капитала и его распределение во всем обществе и на уровне регионального социума;

возможности конвертации экономического капитала в социальный и другие формы внеэкономического капитала на тех же уровнях; ценности, т.е. значение разных форм капитала для общества и регионального социума.

- Субъективные факторы: отношение социума к формированию социального капитала и оценка социальных связей в общественном сознании социума [15. С.87].

Проведение социологического исследования потребует использовать известные количественные методы (анализ статистических данных, анкетные опросы и экспертные оценки для изучения показателей конкурентоспособности и эффективности), и качественные методы (полуформализованные интервью, фокус-группы) для исследования убеждений, значения норм, степени доверия.

Сформулированная концепция социологического исследования может использоваться для исследования социального капитала и других организаций, входящих в подсистемы других социальных институтов.

Список литературы

1. Van Lin. Social Capital. A Theory of Social Structure and action. Cambridge, 2001.
2. Coleman J. Foundations of Social Theory. Cambridge, L., 1990
3. Патнэм Р. Цит. по: Durlauf S., Fafchamps M. Social Capital // Paper provided by National Bureau of Economic Research. 2004. Доступно по адресу: www.ideas.repec.org.

4. Шихирев П.Н. Природа социального капитала: социально-психологический подход // Общественные науки и современность. - 2003. - № 2.
5. Тихонова Н.Е. Социальный капитал как фактор неравенства // Общественные науки и современность. - 2004. - № 4.
6. Социальный капитал как фактор неравенства («круглый стол») // Общественные науки и современность. - 1994. - № 4.
7. Жгун Л.С. Социальный капитал в региональном педагогическом образовании // Социально-гуманитарные знания. - 2008. - № 6.
8. Сидорина Т.Ю. Социальный капитал организации и социальная политика российского предприятия // Журнал исследования социальной политики. - 2007. - № 3.
9. Логинов В.И. Социальный капитал организации : диагностика и управление : диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.08 / Логинов В.И. - Тверь: Междунар. акад. образования, 2010. - 200 с.
10. Мицкевич В.В. Социальный капитал организации: социологические аспекты изучения // Методология социологических исследований. - 2009. - № 3.
11. Мачеринскене П., Минкуге-Генриксон Ж., Симанавичене Х. Социальный капитал организации: методология исследования // Социологические исследования. - 2006. - № 3.
12. Неретина Е.А. Сетевое взаимодействие – основа динамичного развития вузов // Высшее образование в России. - 2013. - № 4.
13. Основы менеджмента / Научный редактор А.А. Радугин. М.: Центр, 1998.
14. Найденова Л.И. Конкурентоспособность вуза как социально-институциональное качество системы высшего профессионального образования / В.П. Кошарный, Л.И. Найденова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Серия «Общественные науки». - 2013. - № 1.
15. Найденова Л.И., Федотов Л.Н. Содержание внеэкономического капитала и его значение для развития регионального социума // Журнал социологии и социальной антропологии. - 2009. - Том XII. - № 2.