

© М. А. Колмыкова, 2022

Оренбургский государственный университет (ОГУ), Россия

E-mail: mari_kol@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННОГО И ВНЕОРГАНИЗАЦИОННОГО СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

Статья посвящена роли образовательной организации в формировании социального капитала региона. Акцентируется внимание на существование внутриорганизационного и внеорганизационного социального капитала вуза, и на основе такого деления разработаны два блока мероприятий для образовательных организаций по накоплению вышеуказанных видов социального капитала.

Ключевые слова: внутриорганизационный и внеорганизационный социальный капитал, социальный капитал региона, образовательные организации, высшие учебные заведения, университет федерального уровня, студенческая молодежь, доверие.

Проблема формирования социального капитала региона остается актуальной для многих ученых, которые занимаются как теоретической разработкой данной проблемы, так и поиском путей для ее решения на практике. Особую роль в этом процессе необходимо отводить системе образования, поскольку в рамках данного социального института у молодого поколения формируется нравственно-эмоциональное отношение к миру и ценностям культуры. Кроме того, опыт творческой и профессиональной деятельности развивает духовные и материальные достижения человечества, которые так необходимы каждому региону. В процессе обучения важно развивать коммуникативную компетентность молодежи, которая является условием установления разветвленной сети контактов, необходимых для формирования социального капитала. Именно образовательные организации могут аккумулировать выгодные контакты посредством проведения конференций, семинаров, панельных дискуссий, на которых должны встречаться представители власти и бизнеса региона, а студенческая молодежь должна уже в процессе обучения принимать хотя бы косвенное участие в работе этих площадок.

Существует множество исследований, посвященных проблеме организационной культуры высших учебных заведений [1, 2]. Есть исследования по данной проблематике и у автора статьи [3, 4]. Так, в работе [3] проанализирована организационная культура Оренбургского государственного университета с выделением доминирующей субкультуры научно-педагогических работников и так называемой «обеспечивающей» субкультуры. Наличие подобных субкультур свойственно для любой образовательной организации, и задача руководства — максимально сократить дистанцию в нормах, ценностях и установках представителей данных субкультур. В исследовании [4] уделено внимание вопросу соотношения элементов организационной культуры с элементами социального капитала.

Поэтому считаем, что для формирования внутриорганизационного социального капитала университета необходим целый комплекс последовательных мероприятий, которые будут способствовать формированию особой ценностно-нормативной системы как для студентов, так и для преподавателей университета, а также формировать атмосферу открытости намерений и коммуникаций каждого участника образовательного процесса, а следовательно, и способствовать повышению уровня доверия друг к другу.

В связи с этим, *целью данной работы* является разработка предложений для образовательных организаций региона по формированию внутриорганизационного и внеорганизационного социального капитала.

Объектом исследования является социальный капитал, а *предметом исследования* выступает комплекс мероприятий для накопления внутриорганизационного и внеорганизационного социального капитала образовательной организации.

Для более полного раскрытия темы, заявленной в цели исследования, обратимся к работам современных ученых, уделяющих внимание вопросам социального капитала в системе образования.

Л. И. Заиченко, Я. В. Медведев, Л. Г. Панфилова считают, что социальный капитал можно рассматривать как одну из самых распространенных теорий в парадигме «обучения через всю жизнь». Иными словами, можно предположить, что навыки, формируемые в процессе доверительного общения за счет широкой сети контактов, можно считать «трансферной» компетенцией, которая позволит найти себя и свои роли в современном мире [5].

У И. В. Налетовой — получение высшего образования тождественно процессу формирования социального капитала, и предлагается рассматривать оба процесса как индивидуальный и общест-

венный ресурсы человека. По ее мнению, получение каждого нового уровня образования способствует установлению большего числа социальных связей и сетей, а следовательно, накоплению социального капитала, который представляет собой нематериальный ресурс каждого человека [6].

Т. В. Натхов также рассматривает социальный капитал и наличие высшего образования как нематериальные ресурсы отдельно взятого человека. В своей работе он анализирует исследования, приведенные как зарубежными, так и отечественными исследователями, которые доказывают, что получение высшего образования создает множество положительных эффектов помимо профессиональных компетенций, а именно: формирование гражданских норм, большая информационная грамотность и активное участие в политической жизни страны, что способствует накоплению социального капитала [7].

Мы полностью согласны с мнением данного ученого и считаем, что возможности, которые дает молодежи обучение, — это не что иное, как потенциал накопления индивидуального социального капитала. А для любой образовательной организации, как отмечалось ранее, социальный капитал может быть представлен внутриорганизационным (направленным на внутреннюю интеграцию людей) и внеорганизационным (направленным на взаимодействие с внешней средой).

Общеизвестно, что ключевым элементом социального капитала является категория «доверие». Существует мнение, что социальный капитал и доверие серьезно укрепляют друг друга и не могут существовать одно без другого [8]. Характерной особенностью доверия является то, что оно не формируется сиюминутно и приносит для социальных отношений отложенный результат в будущем. Именно сегодня доверие является самым уязвимым фактором социальных отношений в обществе. Этому немало причин. На современном этапе развития информационного общества главным стратегическим ресурсом, безусловно, является информация. Возможности Интернета сегодня создают ситуацию социального напряжения и противоречия в обществе на основе огромного количества недостоверной и противоречивой информации.

Отметим, что СМИ являются главным каналом, благодаря которому оказывается информационное давление на массовое сознание. Существование подобных тактик свидетельствует о наличии так называемой информационной войны, которая провоцирует медийную агрессию в обществе с целью идеологического подчинения [9].

Искажение и трансляция заведомо ложной информации снижает уровень доверия в обществе к государству, руководству регионов, действиям политических партий и, безусловно, наносит урон накоплению социального капитала.

В этой ситуации важно не дать подвергнуть себя манипуляциям. Сделать это можно путем повышения уровня собственной осведомленности об исторических процессах, геополитике, деятельности дипломатов, а также с помощью поиска необходимой информации в официальных источниках.

Одним из способов получения достоверной информации является сайт «Объясняем.рф», запущенный Правительством России для информирования граждан по волнующим и самым актуальным вопросам из различных сфер жизни общества [10]. Здесь публикуется проверенная информация из первых рук, сообщается официально о том, что происходит, с помощью разделов, посвященных ответам на распространенные вопросы по различным тематическим блокам, новостям, полезным материалам, а также с помощью существующего раздела «Стопфейк» для опровержения недостоверной информации и доказательного разъяснения реальной ситуации.

В непростых условиях информационной войны, сложившихся на сегодняшний день, Госдума и Совет Федерации 4 марта 2022 г. приняли проект поправок в Уголовный кодекс РФ, которыми вводятся штрафы и уголовная ответственность за распространение недостоверной общественно значимой информации, распространяемой под видом достоверных сообщений и создающей угрозу для безопасности. УК РФ дополнился новой статьей 207.3 «Публичное распространение заведомо ложной информации об использовании Вооруженных сил РФ» [11]. Через эти меры государство планирует снизить количество атак недостоверной информации на сознание граждан РФ, тем самым сократить возможность политической манипуляции.

Поэтому именно сегодня особенно актуальным является привлечение внимания к образовательным организациям, а именно к их социокультурной среде, в рамках которой формируется ценностно-нормативная система молодежи. Роль системы образования в формировании и накоплении социального капитала региона является безусловной. Блоки мероприятий, разработанные автором по результатам исследования данной проблематики, будут способствовать формированию и накоплению как внутриорганизационного, так и внеорганизационного социального капитала высшего учебного заведения.

Рассмотрим *первый блок* мероприятий (внутриорганизационного характера).

1. Проведение (на ежегодной основе) пресс-конференции ректора для установления доверительного диалога со студентами и работниками высшего учебного заведения, что позволит достичь следующего результата: повышения имиджа руководства образовательной организации и сплочения коллектива студентов и сотрудников посредством открытого диалога.

2. Проведение (в начале каждого учебного года) мероприятий по адаптации первокурсников в форме тренингов командообразования. Для этого необходимо обучение кураторов основным инструментам и методам проведения подобных занятий. Результатом данной работы будет знакомство первокурсников и сплочение студенческой группы, что, в свою очередь, будет играть огромную роль в их дальнейшей студенческой жизни.

3. Проведение (на систематической основе) комплексного исследования «Преподаватель глазами студентов вуза», где будет оцениваться каждый преподаватель, который ведет занятия в текущем году у студентов по заданным критериям. Данная обратная связь со стороны студентов позволит руководству университета совершенствовать работу профессорско-преподавательского состава в части взаимодействия со студентами в учебном процессе.

Далее представлен *второй блок* мероприятий, направленный на формирование внеорганизационного социального капитала образовательной организации региона (комплекс мер, включенных во второй блок, для наглядности показан на примере Оренбургского государственного университета).

1. Проведение университетом (совместно с Корпорацией развития Оренбургской области) обучения руководителей предприятий различных отраслей экономики с использованием передового опыта реализации Президентской программы по переподготовке управленческих кадров для предприятий народного хозяйства РФ, что позволит совершенствовать профессиональный уровень управленческих кадров региона, привлекая для этого процесса ведущих теоретиков и практиков региона.

2. Проведение на базе вуза ежемесячных семинаров «Власть — бизнес — университет» для систематического общения, обсуждения проблем и разработки программ развития региона.

3. Введение в учебные планы по всем направлениям подготовки в университете дисциплины «Проектная деятельность», что позволит формировать у студенческой молодежи набор ключевых

компетенций soft skills («гибких навыков») и будет способствовать подготовке проектно-ориентированных трудовых ресурсов для региона.

4. Создание на базе проектного офиса Оренбургского государственного университета организационной структуры для подготовки бизнес-планов стартапов и их реализации, в которых смогут принимать участие не только студенты, но и обычные жители региона. Осуществление проектной деятельности на такой основе будет способствовать развитию малого предпринимательства в регионе, испытывающего в настоящее время существенные трудности.

5. Организация и проведение сотрудниками университетского колледжа мастер-классов с выездами в различные муниципальные образования Оренбургской области для повышения интереса к рабочим специальностям.

6. Разработка и проведение на базе вуза курсов подготовки специалистов SMM в органах власти (необходимых для реализации указа губернатора Оренбургской области от 30 июня 2020 года №307-ук «О создании и ведении аккаунтов Правительства Оренбургской области и органов исполнительной власти Оренбургской области в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» [12]).

7. Проведение научными сотрудниками вуза — специалистами в определенных областях знаний — маркетинговых исследований для предприятий и организаций региона, что будет способствовать увеличению числа взаимодействий науки и бизнеса в регионе.

8. Создание в зоне отдыха «Дубки» бизнес-лагеря для учеников 8-9 классов в рамках профессиональной ориентации и знакомства с основами экономики и предпринимательства. Вовлечение подрастающего поколения в предпринимательскую деятельность будет осуществляться благодаря проведению активных форм обучения, развития творческой и познавательной деятельности в процессе общения как преподавателями вуза, так и самыми яркими и активными студентами университета. Кроме того, школьники могут познакомиться с предпринимателями региона в процессе организации совместных мероприятий.

Подводя итоги вышесказанному, можно сделать следующие выводы: современные события только подрывают процесс создания социальной солидарности между всеми субъектами социально-экономических отношений в регионе, а система образования является связующим элементом между подрастающим поколением и трудовыми ресурсами региона.

Поэтому сегодня особенно актуально детально прорабатывать каждый шаг на пути поддержания доверительных отношений и, как следствие, формирования внутриорганизационного и внеорганизационного социального капитала образовательных организаций, особенно университетов федерального уровня.

Литература

1. Верещагина Л. С., Ольхова Л. А. Взаимосвязь между организационной культурой и трудовой мотивацией в вузе // Организационная психология. 2019. Т. 9. № 3. С. 57-73.
2. Катанаев И. И., Лига М. Б., Цикалюк Е. В. Организационная культура вуза: методика исследования // Вестник Забайкальского государственного университета. 2012. № 5 (84). С. 93-102.
3. Колмыкова М. А. Описательная модель организационной культуры университета // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 8. С. 28-31.
4. Колмыкова М. А. Организационная культура как элемент социального капитала // Вестник Самарского муниципального института управления. 2019. № 4. С. 67-73.
5. Заиченко Л. И., Медведев Я. В., Панфилова Л. Г. Теория социального капитала и ее применение в практике образовательных систем // Человек и образование. 2019. № 4 (61). С. 177-181.
6. Налетова И. В. Высшее образование как социальный капитал // Вестник ТГУ. 2015. Вып. 1. С. 38-43.
7. Натхов Т. В. Социальный капитал и образование // Вопросы образования. 2012. №2. С. 63-67.
8. Fukuyama F. Associations: Fostering Fukuyama's Social Capital // Association Management. 2002. Vol. 54. Issue 6. P. 75.
9. Кихтан В. В., Мамиева Б. Ю. К вопросу о манипулировании в современных СМИ // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2018. Т. 2. № 2. С. 236-242.
10. Объясняем.рф: официальный интернет-ресурс для информирования о социально-экономической ситуации в России URL: <https://объясняем.рф/>.
11. Федеральный закон Российской Федерации от 04.03.2022 г. № 31-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202203040006?index=0&rangeSize=1>.
12. Указ губернатора Оренбургской области от 30 июня 2020 года №307-ук «О создании и ведении аккаунтов Правительства Оренбургской области и органов исполнительной власти Оренбургской области в

социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». URL: <https://docs.cntd.ru/document/570831667>.

*Статья поступила в редакцию 16.03.22 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*