



Социальный капитал вуза

Формы социального капитала

- Социальные нормы,
- Институциональное доверие
- Человеческие отношения

- Обязательства и ожидания
- Информационные каналы
- Социальные нормы



- Доверие
- Спонтанная общительность



Уровни социального капитала образовательной организации

СК нижестоящего Субъекта **интегрируется** в СК Субъектов вышестоящих уровней – в том числе, минуя звенья иерархии

При этом, не всегда происходит «**обезличивание**» СК нижестоящего Субъекта: его собственный сильный **бренд** может являться ключевым компонентом СК вышестоящего Субъекта

Микро-уровень
Преподаватель

Мезо-уровень
Кафедра

Макро-уровень
ВУЗ

В свою очередь, **бренд** вышестоящего Субъекта оказывает влияние на СК нижестоящего субъекта

Это влияние может быть как **позитивным**, так и **негативным!** Равно как и негативная репутация отдельных нижестоящих Субъектов может вредить вышестоящему Субъекту

Модель социального капитала ВУЗа

Внешние субъекты взаимодействия



Общий СК ВУЗа может быть рассчитан как сумма взвешенных значений СК в отношении всех Субъектов взаимодействия

Внутренние субъекты взаимодействия

Модель социального капитала кафедры

Внешние субъекты взаимодействия



Внутренние субъекты взаимодействия

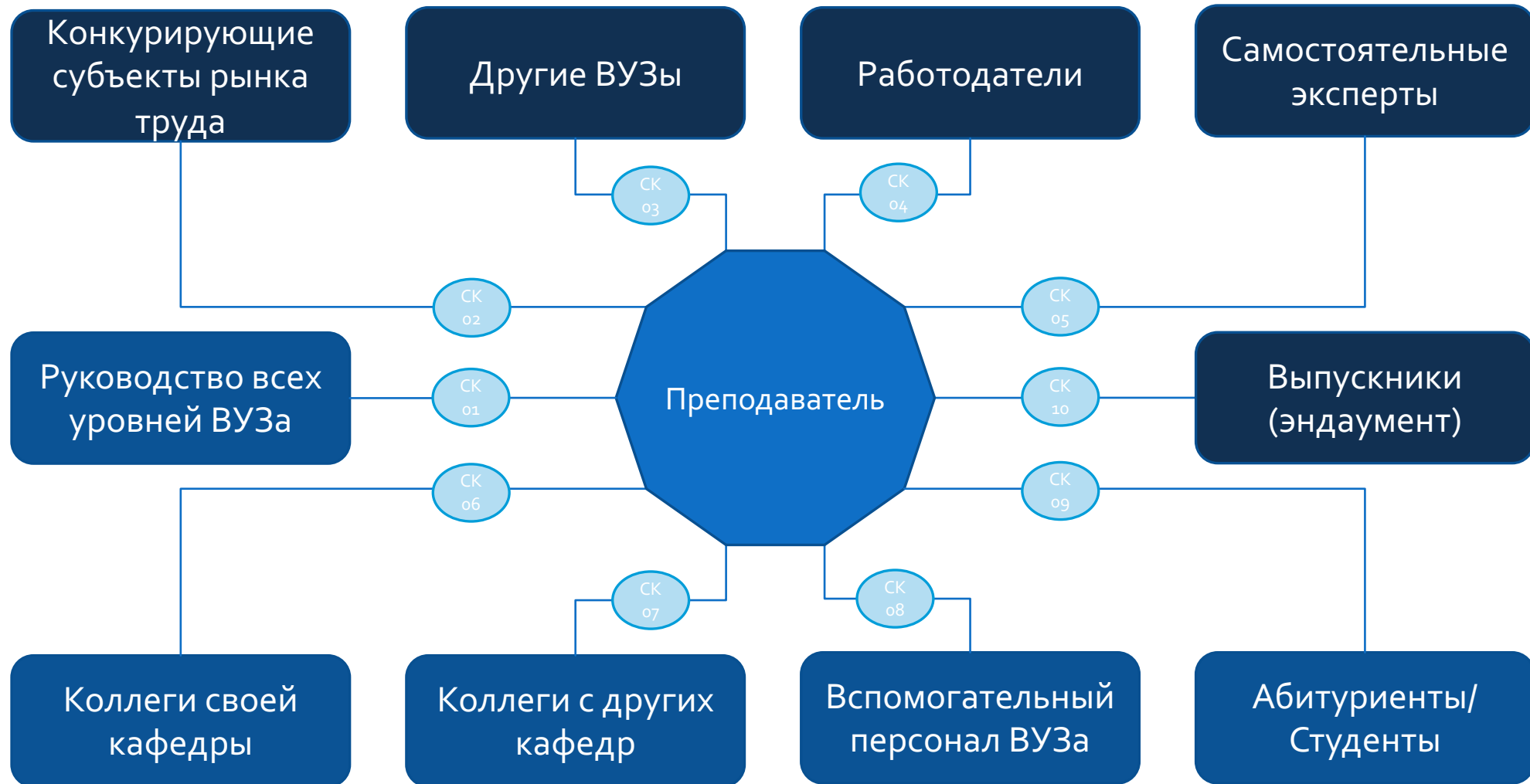
Большинство
Субъектов
взаимодействия
наследуется

Пересечения
Субъектов
взаимодействия
на разных
уровнях
обуславливают
«многомерность»
понятия СК

Модель социального капитала преподавателя ВУЗа

Внешние субъекты взаимодействия

Преподаватель является «нестабильным» субъектом взаимодействия, развивающим свой СК в личных целях и способным «мигрировать» между внутренними и внешними позициями



Внутренние субъекты взаимодействия

Пример наращивания и использования социального капитала кафедры



В отношении каждого Субъекта взаимодействия необходимо структурировать:

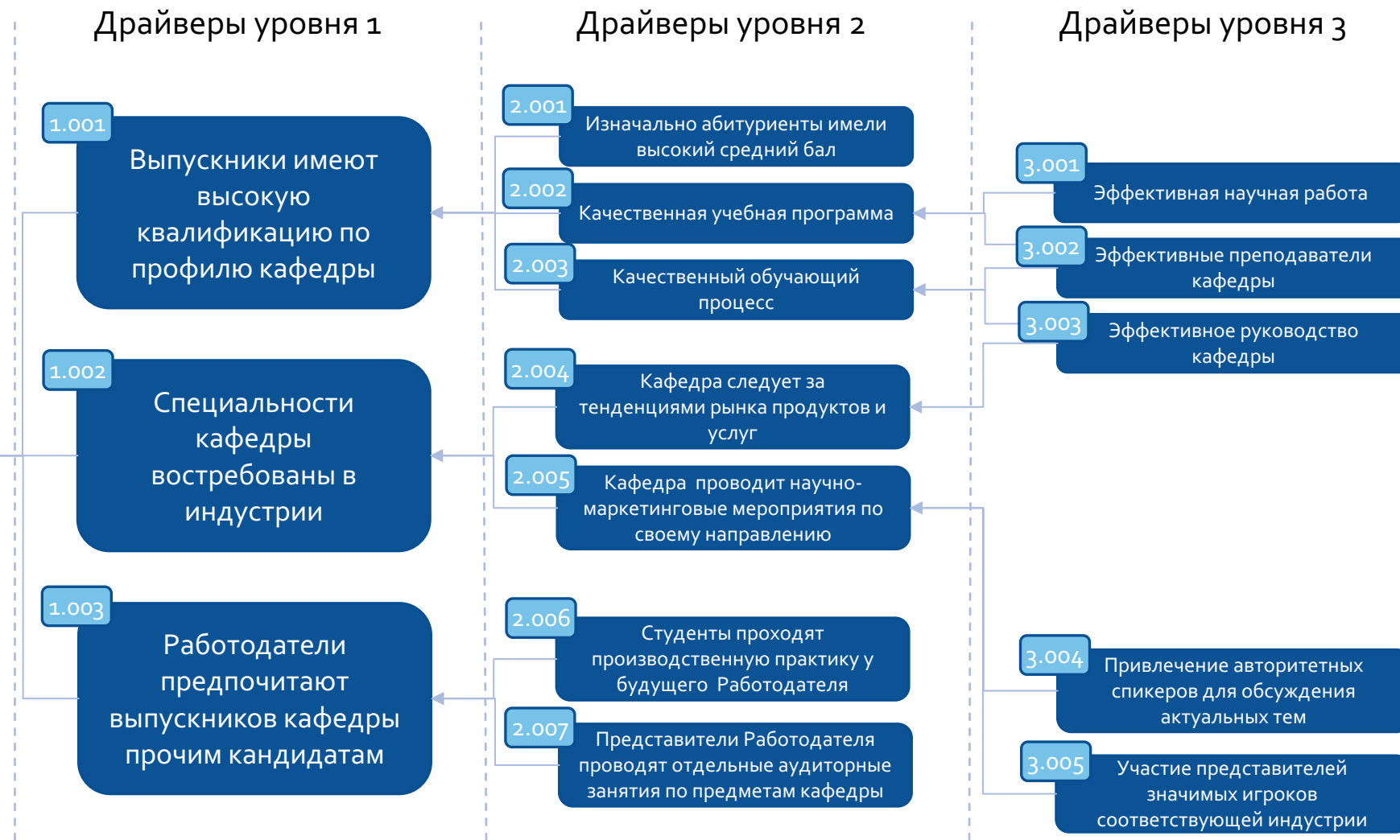
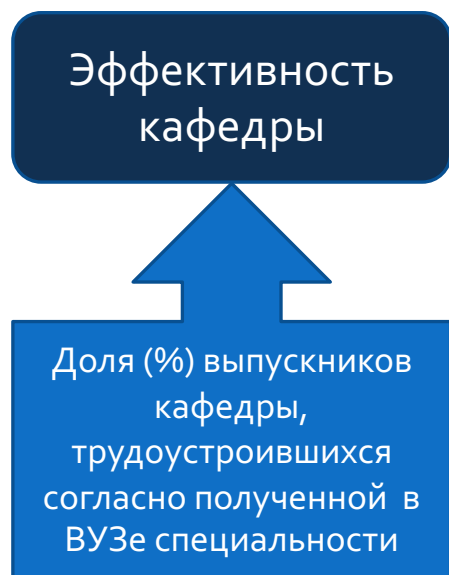
- **Методы наращивания СК**
- **Методы использования СК**

Цель анкетирования: выяснить, как прирост социального капитала влияет на эффективность кафедры



Фрагмент структуры области применения социального капитала кафедры – драйверы эффективности

В основе оценки эффективности кафедры – **востребованность** на рынке труда «продукта» её деятельности: молодых специалистов-выпускников



Кодировка драйверов: **L.NNN**, где

L – номер уровня

NNN – номер драйвера внутри своего уровня

Добавлять в кодировку привязку к вышестоящему драйверу нецелесообразно, так как возможны множественные зависимости

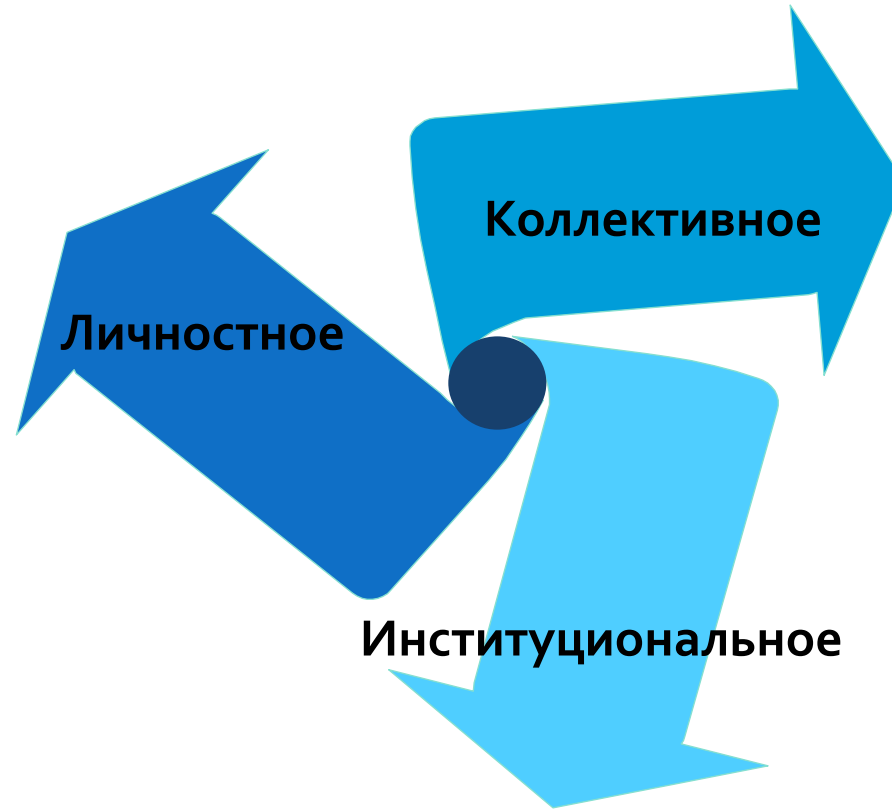
Примеры воздействия фактора «Доверие» на драйверы эффективности кафедры



При анкетировании важно исследовать три вида доверия

Основано на личном опыте общения с конкретной персоной либо на рекомендациях других доверенных лиц. Зависит от количества контактов. Контакты могут быть:

- горизонтальные
- вертикальные
- диагональные



Основывается на предсказуемости группового поведения того или иного сообщества. Включает как формальные, так и неформальные правила взаимоотношений. Одновременно могут существовать несколько пересекающихся группировок (профессиональная, этническая, гендерная и т.п.)

Обезличенное доверие в отношении официально установленных правил, норм и предписаний – оценка дееспособности некоторой Системы. Позволяет вступать в деловые отношения с ранее неизвестными партнерами.

Каждый вид доверия имеет под собой одинаковые факторы, на выявление которых направляются вопросы анкеты



Примеры воздействия фактора «Информационные каналы» на драйверы эффективности кафедры



Практически все аспекты деятельности кафедры представляют собой те или иные виды коммуникаций

Субъектами общения выступают отдельные индивиды – чаще всего в непосредственном контакте

Межличностный

Функционально-ролевой

Формальное взаимодействие по правилам той профессиональной роли, которую индивидум выполняет в данной организации

Групповой

Субъекты общения – одновременно несколько людей внутри определенной группы (территориальной, профессиональной, др.) или организации

Межгрупповой

Потоки информации циркулируют между двумя или большим количеством обезличенных социальных групп и организаций

Примеры воздействия фактора «Нормы и ценности» на драйверы эффективности кафедры



Ценности и нормы обеспечивают интеграцию общества, помогая индивидам осуществлять социально одобряемый выбор своего поведения в жизненно значимых ситуациях

1. Развитие нравственной социальной информации
2. Развитие нравственного уровня российской научной мысли
3. Повышение уровня и качества правовой урегулированности
4. Морально-этическая система
5. Профессиональные ценности
6. Оценка социального статуса и престижа работы в образовательных учреждениях
7. Удовлетворенность персонала ВУЗов работой
8. Система трудовой мотивации

обладает такими
ценностями...

Персонал ВУЗа

действует на основе
таких **норм...**

... которые
обеспечивают
доверие со стороны
общества как к
преподавателям, так
и ВУзам, и системе
образования в целом

*Необходимо
дополнить/раскрыть*

Вопросы о доверии

ВОЗМОЖНО СТРУКТУРИРОВАТЬ В МАТРИЦЕ:

Субъект взаимодействия		Доверие	Личное				Коллективное				Институциональное			
		Фактор	"я"	"к"	"в"	"ф"	"я"	"к"	"в"	"ф"	"я"	"к"	"в"	"ф"
Внутренние	Руководство ВУЗа	Каждая строка раскладывается на 7 факторов												
	Другие кафедры ВУЗа													
	Личный состав кафедры													
	Вспомогательный персонал ВУЗа													
	Абитуриенты/Студенты													
Внешние	Контролирующие органы													
	Другие ВУЗы													
	Работодатели													
	Самостоятельные эксперты													
	Выпускники													

Не все вопросы могут иметь полный спектр ракурсов

Ракурсы:

«Я» - собственное суждение/отношение анкетированного

«К» - мнение анкетированного о суждении/отношении коллег

«В» - мнение анкетированного о суждении/отношении внешних субъектов

«Ф» - мнение анкетированного о соответствии формальным критериям (если применимо)

Вопросы об информационных каналах и знаниях возможно структурировать в матрице:

Информационные каналы и знания		Межличностные				Функциональные				Групповые				Межгрупповые			
Субъект взаимодействия		"я"	"к"	"в"	"ф"	"я"	"к"	"в"	"ф"	"я"	"к"	"в"	"ф"	"я"	"к"	"в"	"ф"
Внутренние	Руководство ВУЗа																
	Другие кафедры ВУЗа																
	Личный состав кафедры																
	Вспомогательный персонал ВУЗа																
	Абитуриенты/Студенты																
Внешние	Контролирующие органы																
	Другие ВУЗы																
	Работодатели																
	Самостоятельные эксперты																
	Выпускники																

Не все вопросы могут иметь
полный спектр ракурсов

Ракурсы:

«Я» - собственное суждение/отношение анкетированного

«К» - мнение анкетированного о суждении/отношении коллег

«В» - мнение анкетированного о суждении/отношении внешних субъектов

«Ф» - мнение анкетированного о соответствии формальным критериям (если применимо)

Вопросы о социальных нормах и ценностях возможно структурировать в матрице:

Субъект взаимодействия		Фактор	Социальные нормы и ценности			
			"Я"	"К"	"В"	"Ф"
Внутренние	Руководство ВУЗа	Каждая строка раскладывается на 6-10 факторов				
	Другие кафедры ВУЗа					
	Личный состав кафедры					
	Вспомогательный персонал ВУЗа					
	Абитуриенты/Студенты					
Внешние	Контролирующие органы					
	Другие ВУЗы					
	Работодатели					
	Самостоятельные эксперты					
	Выпускники					

*Не все вопросы могут иметь
полный спектр ракурсов*

Ракурсы:

«Я» - собственное суждение/отношение анкетированного

«К» - мнение анкетированного о суждении/отношении коллег

«В» - мнение анкетированного о суждении/отношении внешних субъектов

«Ф» - мнение анкетированного о соответствии формальным критериям (если применимо)

Для формального следования заданию гранта потребуется выполнить привязку вопросов анкеты к показателям:

а) **Общий уровень личностного доверия**

Данный показатель вычисляется по вопросам, позволяющим оценить, насколько респондент (преподаватель) склонен доверять другим людям.

б) **Уровень институционального доверия**

Для оценки уровня институционального доверия респонденту будет предложено оценить, насколько он доверяет или не доверяет кафедре, факультету, вузу, Министерству образования, Российской академии образования, профессиональным ассоциациям и другим (перечень будет уточняться) социальным институтам.

в) **Характеристики групповой идентичности** (принадлежности к кафедре, факультету, вузу, академическому сообществу). В исследовании по 5-балльной шкале будут оцениваться две характеристики групповой идентичности:

- «сила» групповой идентичности;
- валентность (степень позитивности) групповой идентичности.

г) **Воспринимаемый социальный капитал окружения**

д) **Воспринимаемый социальный капитал институтов**

Эти же показатели уместно привязать и к драйверам эффективности

Типы вопросов анкеты

Общие простые вопросы для классификации респондентов:

- Пол
- Возраст
- Стаж в системе образования
- Вид деятельности в ВУЗе
- Ученая степень
- и т.п.

Предметные вопросы с единственным или множественным выбором из predetermined списка, например:

- Сфера научных интересов
- Известные тенденции рынка труда
- Качества идеального преподавателя
- Качества идеального руководителя
- и т.п.

Оценочные вопросы, в которых изначально выдвигается гипотеза и от респондентов требуется определить степень соответствия гипотезы своему представлению по шкале:

- 1 – Совершенно не согласен
- 2 – Скорее не согласен
- 3 – 50/50
- 4 – Скорее согласен
- 5 – Совершенно согласен

«Открытые» вопросы для наиболее активных респондентов, в которых будет предложено развернуто высказать свои идеи по наращиванию и использованию СК для повышения эффективности деятельности кафедры

Вопросы должны иметь два направления:

Диагностика
текущего
состояния

Обязательная
привязка к драйверам
эффективности кафедры

Способы
улучшения
состояния