

**ПЕДАГОГИКА***(специальность: 13.00.08)*

УДК 37

***Н.П. Клушина, В.В. Рошчупкина****Северо-Кавказский федеральный университет**г. Ставрополь, Россия*

klnp13@mail.ru

vroshchupkina@ncfu.ru

**СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КОНТЕКСТЕ  
СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ  
В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ<sup>1</sup>*****[Nadezhda P. Klushina, Violetta V. Roschupkina******Social entrepreneurship in the context of methodological approaches  
for preparing students in high school]***

It is analyzed modern methodological approaches to the training of students in a higher educational institution, social entrepreneurship as a scientific phenomenon and professional activity. Social entrepreneurship is studied from the perspective of an axiological approach, emphasis is placed on the understanding of social entrepreneurship as a socially useful type of activity, focused on a system of value ideals structured by the general concept of humanism. The authors consider social entrepreneurship through a sociocultural approach, and operate on the conceptual and phenomenological significance of the category culture, humanity culture. From the point of view of an innovative and creative approach, social entrepreneurship is interpreted as an activity that determines significant positive social transformations. As a professional activity, social entrepreneurship has a pronounced creative, innovative character aimed at solving social problems.

Key words: value, culture, humanism, sociocultural approach, creativity, innovation, creativity.

В контексте информатизации, межкультурной интеграции, глобализации, высшее образование выработало для себя новую образовательную парадигму [3, с. 80-85], основанную на компетентностном, аксиологическом, культурологическом, индивидуально-творческом подходах и других подходах, позволяющих формировать субъектную позицию студентов и создавать условия для личностной и профессиональной самореализации. В логике происходящих изменений цифровизации экономики актуализируются новые виды профессиональной

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта 19-010-00017А

деятельности, к которым относится социальное предпринимательство. Данный феномен рассматривается многими исследователями и практиками как в России, так и за рубежом. Существуют различные подходы к трактовке категории социальное предпринимательство. Несмотря на имеющиеся публикации по данной проблематике, вопросы исследования социального предпринимательства как профессиональной деятельности и проблемы подготовки студентов в высших учебных заведениях недостаточно изучены. Существует проблема, заключающаяся в теоретическом обосновании социального предпринимательства как профессиональной деятельности в контексте современной образовательной парадигмы. Цель данной статьи состоит и в обосновании сопряженности социального предпринимательства как профессиональной деятельности с методологическими подходами в высшем профессиональном образовании.

В настоящее время высшее профессиональное образование является динамичным и готовым для подготовки студентов к любым специальностям, так как в его основе лежат методологические подходы, позволяющие развивать способности к непрерывному образованию в течение всей жизни. К таким подходам относятся: компетентностный, аксиологический, индивидуально-творческий, культурологический.

Цифровизации экономики актуализировала появление новых видов профессиональной деятельности, к которым относится социальное предпринимательство. Обратимся к сущностным характеристикам социального предпринимательства, которые определяют его фундаментальные основы. Социальное предпринимательство рассматривается как концепция, представляющая различные виды деятельности, направленные на решение социальных проблем [6, с. 24-27]. По мнению других исследователей, социальное предпринимательство представляет собой процесс, в рамках которого разрешаются разноплановые общественные, социокультурные и экологические проблемы средствами предпринимательской деятельности [1, с. 45-50]. Ученые также обращают внимание на разницу между традиционным и социальным предпринимательством. Такая разница состоит в трактовке успешности обозначенных видов предпринимательской деятельности. Если в традиционной предпринимательской деятельности ее качество и успешность определяется доходом, масштабом проданного товара и услуг, то в социальном предпринимательстве такое качество и успешность определяется реальной социальной отдачей со стороны

общества. Конечно, и в социальном предпринимательстве прибыль обладает определенной значимостью, но эта прибыль является не целью, а средством решения общественных, социокультурных и экологических задач.

В целом сущность феномена социального предпринимательства проявляется в участии предпринимателей в решении социальных вопросов. С одной стороны, сохраняются функции предпринимательской деятельности, с другой стороны – социальный предприниматель решает социальные проблемы, выполняя миссию благотворителя [2, с. 111-130]. Социальное предпринимательство как социально полезная деятельность базируется на инновационно-творческом, аксиологическом, социокультурном подходах. Социокультурный подход определяет деятельность и общение, освоение культуры, духовных и нравственных ценностей, через «... формирование духовных и культурных традиций» [10, с. 66-72]. «Система духовно-нравственных ценностей способна обеспечить необходимое стабильное существование и развитие ...» [4, с. 1566-1569]. Здесь «особое внимание отводится анализу чувственной сферы человека» [5, с. 127-133].

Аксиологический подход к социальному предпринимательству оперирует смысловым полем категории ценности. Обращение к отечественным и зарубежным исследованиям позволяет констатировать, что данная категория в своем феноменологическом значении не отделима от социокультурного мира. Многие исследователи отмечают, что ценностям свойственно только человеческое начало, так как все события, явления, предметы должны быть оценены в качестве необходимости, полезности, нужности и удовлетворять потребности [11].

В социуме любое явление, в той или иной степени, обладает положительной или отрицательной значимостью. Феномен ценности имеет только положительное значение и обеспечивает прогрессивное развитие общества и личности. Таким образом, глубинная природа ценностей проявляется в их фундаментальном свойстве – способности удовлетворять разнообразные социокультурные потребности человека.

Социальное предпринимательство как социально значимая деятельность нормативно руководствуется высшими ценностными идеалами. Идеал, в своем этическом, нравственном значении трактуется исследователями в качестве определенного абсолютного стандарта. Это в наибольшей степени фундаментальное моральное представление общества о благе, об идеальной лич-

ности и межличностных отношениях, об идеальном устройстве социума. Социальное предпринимательство как общественно полезный вид деятельности ориентировано на систему ценностных идеалов, структурированных общим понятием гуманизма [12]. Гуманизм в общем виде представляет собой мировоззрение основными центральными идеями которого являются идеи о безграничности творческого потенциала личности человека в развитии своих способностей к социокультурной самоактуализации, необходимости защиты свободы и человеческого достоинства каждого члена общества, о праве человека на достойную жизнь в обществе, о том, что удовлетворение человеческих потребностей и интересов является фундаментальной общественной и государственной целью. Гуманизм не просто декларирует необходимость уважения общества и государства к человеческой личности, но и актуализирует вопросы создания должных социокультурных условий, обеспечивающих гармоничное развития личности и социума в целом [13].

Аксиологический подход к осуществлению социального предпринимательства находит свое продолжение в социокультурном подходе. Социокультурный подход оперирует понятийным и феноменологическим значением категории культуры. Данная категория изучена в отечественной и зарубежной науке достаточно полно. Ее общее определение является следующим: культуру необходимо трактовать в качестве исторически обусловленного цивилизационного развития социума, творческих человеческих потенциалов, обеспечивающих механизмы организации и функционирования процессов общественной жизнедеятельности, социальных отношений, а также материальное и духовное производство, в ходе которого воспроизводятся и создаются новые социокультурные ценности. При этом культура структурирована материальными и духовными результатами социальной деятельности людей (сооружениями, нравственными нормами), а также субъективно обеспечивающими обозначенную деятельность знаниями, умениями, навыками, результатами интеллектуального, нравственного и эстетического развития личности, человеческим мировоззрением, коммуникативными процессами социокультурного характера.

Тщательный анализ категории культуры позволяет отметить следующий научный факт: в науке универсальной трактовки этого сложного и многогранного феномена в настоящее время не существует. Тем не менее, общим для всех дефиниций является трактовка этого феномена как целостного образования,

структурированного двумя мирами: объективным социокультурным миром и субъективным миром, представленным человеческой личностью как центром культурного развития. В целом под культурой следует понимать только то, созданное человеческой цивилизацией, что обуславливает самосовершенствование человеческой личности в контексте и в согласии с духовно-нравственной сферой социокультурного мира. В таком понимании категория культуры наполняется выраженным ценностным смыслом. Ценностный смысл культуры как целостного общественного феномена актуализирует ее значимую структурную составляющую, которая представлена гуманитарной культурой. Категория гуманитарной культуры обозначает: содержательную глубину человеческой личности, качественный уровень состояния духовных человеческих качеств и степень их представленности в процессе жизнедеятельности. В таком понимании в гуманитарной культуре также проявляется базовое свойство категории культуры в целом, – ее двуединая трактовка: культура как субъективный личностный мир, и объективная для человека внешняя социокультурная среда. Таким образом, двуединая трактовка любой модели гуманитарной культуры в настоящее время является аксиомой, не требующей доказательств.

Р.Л. Лифшиц обозначил ценность гуманитарной культуры для человека и общества так: гуманитарная культура детерминирует развитие универсального человека, так как интегрирует его личность в социокультурную систему общественных проблем; развивает у человека способность гибко, раскованно мыслить в нестандартных жизненных ситуациях. Приобщение к гуманитарной культуре раскрывает перед личностью новые нравственные жизненные перспективы и соответствующие способы духовного познания и преобразования социокультурного мира. Актуализируя вечные смыслы человеческого бытия в культурной реальности, гуманитарная культура содержательно детерминирует развитие у личности социального предпринимателя чувства сопричастности соучастия обществу [8].

Важная характеристика культуры проявляется в ее диалектической взаимообусловленности с творческой деятельностью, которая субъективно обеспечивается креативными способностями социального предпринимателя, являющимися личностными детерминантами преобразования им собственной субъективной культурной сферы и объективного мира своей профессии. Поэтому следующим методологическим подходом к такому виду деятельности является инновационно-творческий подход.

Обратимся к рассмотрению явления творчества. Подавляющее большинство отечественных авторов в определениях творчества актуализируют его самое фундаментальное свойство – новизну полученного деятельностного результата. Так, Л.С. Выготский констатирует, что творчество представляет собой человеческую деятельность, результатом которой является в определенной степени новый продукт (дериват). При этом новый продукт может быть материальным (новые объективные материальные или духовные социокультурные ценности) или чисто субъективным: интеллектуальные и эмоциональные новообразования в личности человека. В.А. Коваленко, характеризуя феномен творчества, отмечал, что продукту творчества необходимо присущи два фундаментальных свойства – новизна и ценность. Если новизна – это отличие продукта от всего общеизвестного, общепринятого, то под ценностью следует понимать его способность удовлетворять универсально-культурные потребности человека [7].

Важно констатировать, что системная целостность профессиональной деятельности социального предпринимателя в ее креативном понимании объясняется диалектической целостностью философских категорий свободы и необходимости. При этом собственно творческая предпринимательская деятельность детерминирована внутренней свободой личности профессионала, а нормативный аспект социального предпринимательства – специалиста ориентироваться на объективные требования к его креативной профессиональной деятельности (социальные потребности, существующий социальный опыт, социальные требования к качеству продукта профессионального предпринимательского творчества).

Как полагают современные авторы, чистое творчество, то есть, социальное предпринимательство, ориентированное на абсолютизацию профессиональной творческой свободы и минимизацию профессиональной необходимости в социальном плане, не имеет права на существование, так как в общественном аспекте абсолютно бессмысленно. Инновация понимается как вхождение нового в традиционную область, интеграция в эту сферу нового и порождение определенных в ней (в этой сфере) изменений. Исходя из этого, инновация – представляет собой, с одной стороны, обновление, внедрение, а с другой – специфический вид деятельности по закреплению нововведения в уже существующей социальной реальности. Что касается понятия инноваци-

онная деятельность, то его важно анализировать в контексте конкретной общественной практики. С позиций реального ее (практики) субъекта инновационной деятельности правомерно трактовать любую общественную предпринимательскую деятельность, обуславливающие значимые позитивные социальные трансформации в сравнении с закрепившимися и цивилизационно устаревшими общественными традициями.

В целом инновационная предпринимательская деятельность общественной направленности представляет собой деятельность, векторно ориентированную на решение комплексных сложных общественных задач, порождаемых противоречием между уже устоявшимися, традиционными и новыми социальными реалиями, требующими существенных перемен в социальной практике. В этом случае социальная инновация актуальна и своевременна. Социальное предпринимательство является инновационным и развивает креативность студентов.

Понятие креативности происходит от английского слова «creativity», что в переводе означает создание, созидание. В психологии креативность – это умение создания интересных идей; предложение неожиданных решений проблем; отклонение от привычных алгоритмов мышления. Креативность близка, по сути, такому понятию как творчество, но не идентична ему. Творчество подразумевает процесс создания предметов искусства, живописи, музыки, литературы. Креативность представляет собой особое свойство человека, которое позволяет заниматься творчеством. Таким образом, творческая личность всегда креативна, это обязательная ее характеристика. Вне всякого сомнения, творческое (инновационное) мышление представляет собой значимую качественную характеристику и важный признак креативности личности социального предпринимателя.

По своей сущности инновационное мышление социального предпринимателя дискретно и представлено следующими последовательными, взаимообусловленными стадиями:

- стадия осознания актуальности проблемы. Эта стадия является подготовительной, так как на этом этапе мыслительного процесса специалист понимает суть противоречия, детерминированного проблемной ситуацией;
- стадия логического анализа проблемы. На этой стадии, опираясь на собственный профессиональный опыт, социальный предприниматель актуализирует те или иные методы и средства разрешения проблемной ситуации;

- стадия интеллектуального озарения (инсайт). Стадия инсайта, по мнению ряда исследователей, представляет собой наиболее значимый этап творческого, инновационного предпринимательского мышления, так как все предшествующие и последующие мыслительные операции предназначены либо для обеспечения стадии интеллектуального озарения, либо для обработки полученного в результате инсайта продукта инновационной предпринимательской деятельности. Необходимо отметить, что закономерности перехода творческого, инновационного предпринимательского мышления на стадию внезапного озарения, психологические механизмы и условия ее (стадии) функционирования и протекания являются малоизученными, так как значительный временной промежуток инсайта контролируется процессами бессознательного;
- стадия обоснования и практической реализации результата инновационного разрешения проблемной ситуации. Успешность перехода инновационного мышления специалиста на этот этап полностью зависит от эффективности протекания предыдущей мыслительной стадии [9].

Ценность социального предпринимательства заключается в том, что его можно использовать в качестве средства удовлетворения общественных потребностей и интересов получателя (получателей) услуг передовым, более удобным способом. Наиболее значимый итог социального предпринимательства представлен позитивным ростом общественной добавленной стоимости социальной инновации – существенным повышением качества жизни людей за счет обеспечения прожиточного минимума, решения социальных проблем инновационными технологиями, стимулирования собственных возможностей человека для решения социальных проблем. Социальное предпринимательство, как вид профессиональной деятельности, имеет выраженный творческий, инновационный характер. Подготовка к такой деятельности детерминирует развитие у студентов способности к постоянному самосовершенствованию, непрерывному самообразованию.

## Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Александров Д.Г., Королева Т.И.* Социальное предпринимательство в современном мире // Экономика и управление. 2014. № 4.
2. *Арай Ю.Н.* Социальное предпринимательство в начале XXI века: основные понятия и страновые особенности // Российский журнал менеджмента. 2013. №1. Т. 11.
3. *Болховской А.Л., Говердовская Е.В., Ивченко А.В.* Образование в глобализирующемся мире: философский взгляд // Экономические и гуманитарные исследования регионов. 2013. №5.
4. *Гончаров В.Н., Попова Н.А.* Духовно-нравственные ценности в системе общественных отношений // Фундаментальные исследования. 2015. № 2-7.
5. *Камалова О.Н.* Становление и развитие неклассических подходов понимания интуиции в первой половине XX века // Экономические и гуманитарные исследования регионов. 2013. №4.
6. *Кисова А.Е.* Социальное предпринимательство как одна из форм социальных инноваций // The Scientific Heritage. 2020. № 44-3(44).
7. *Коваленко В.А.* Творчество как форма деятельности человеческого сознания. Обнинск: Обнинский институт атомной энергетики, 1998.
8. *Лифшиц Р.Л.* Духовность и бездуховность личности. Екатеринбург: изд-во Уральского Университета, 1997.
9. *О'Коннор Дж., Макдермотт И.О.* Искусство системного мышления: необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
10. *Несмеянов Е.Е., Харламова Г.С.* Духовность как концепт и мировоззренческая универсалия (рецепция идей Плотина) // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2018. № 6(103).
11. *Самохвалова В.И.* Культурология. М.: Юрайт-Издат, 2012.
12. *Сафаров С.М.* Основы социального предпринимательства. Иваново: Роша, 2014.
13. *Шиянов Е.Н.* Педагогика: общая теория образования: учебное пособие для студентов педагогических учебных заведений. Ставрополь: СКСИ, 2007.

## R E F E R E N C E S

1. *Alexandrov D.G., Koroleva T.I.* Social entrepreneurship in the modern world // Economics and Management. 2014. No. 4.
2. *Aray Yu.N.* Social entrepreneurship at the beginning of the XXI century: basic concepts and country characteristics // Russian Management Journal. 2013. No. 1. Vol. 11.
3. *Bolkhovskoy A.L., Goverdovskaya E.V., Ivchenko A.V.* Education in a globalizing world: a philosophical view // Economic and humanitarian studies of regions. 2013. No. 5.
4. *Goncharov V.N., Popova N.A.* Spiritual and moral values in the system of social relations // Fundamental research. 2015. No. 2-7.
5. *Kamalova O.N.* Formation and development of non-classical approaches to understanding intuition in the first half of the XX century // Economic and humanitarian studies of regions. 2013. No. 4.
6. *Kisova A.E.* Social entrepreneurship as a form of social innovation // The Scientific Heritage. 2020. No. 44-3 (44).
7. *Kovalenko V.A.* Creativity as a form of human consciousness. Obninsk: Obninsk Institute of Atomic Energy, 1998.
8. *Lifshits R.L.* Spirituality and lack of spirituality of the individual. Yekaterinburg: Ural University Press, 1997.
9. *O'Connor J., McDermott I.O.* The Art of systems thinking: essential knowledge of systems and creative problem solving. M.: Alpina Business Books, 2006.
10. *Nesmeyanov E.E., Kharlamova G.S.* Spirituality as a concept and worldview universality (reception of Plotinus's ideas) // The Humanities and socio-economic sciences. 2018. No. 6 (103).
11. *Samokhvalova V.I.* Culturology. M., 2012.
12. *Safarov S.M.* Fundamentals of Social Entrepreneurship. Ivanovo, 2014.
13. *Shiyanov E.N.* Pedagogy: general theory of education: a textbook for students of pedagogical educational institutions. Stavropol, 2007.

---

15 июня 2020 г.