

может быть достигнута путем активизации работы по профориентации молодежи, повышению ее мотивации к трудовой деятельности.

Очевидно, что достичь успехов при решении всего комплекса обозначенных проблем возможно только при консолидации усилий и ресурсов всех заинтересованных сторон: общественности, бизнеса и органов исполнительной власти. Взаимодействие на основе социального диалога позволит вырабатывать адекватный образовательный заказ, придаст импульс развитию инвестиционных процессов со стороны производственной сферы в профессиональную подготовку рабочих кадров, будет способствовать повышению эффективности работы региональной системы НПО в целом.

А. И. Матвеева

СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ: МАРКЕТИНГОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Важным поворотом новейших исследований современной теоретической социологии становится перенос центра внимания с изучения социальных структур на социальные процессы. Термин «маркетинг» стал также популярен как некогда термин «социология». На наш взгляд, причина кроется в особенностях этого социального феномена, его адаптивности, гибкости, открытости. Обмен присутствует во всех видах взаимодействия. При изучении обменных процессов целесообразно использовать как экономический, так и социологический методы анализа.

Определим социальную адаптацию молодых специалистов в системе образования, как сознательное прогнозирование адаптационной среды и изменение своей адаптивной деятельности в результате социальных обменов, умение находить новые адаптационные стратегии, ведущие к гармонизации внешнего и внутреннего приспособления к соответствующей ролевой идентичности педагога. Ведущими субъектами взаимодействия в процессе социальной адаптации педагогов выступают сложные поведенческие системы: система, производящая блага, «удовлетворение потребностей» (Ф. Котлер) и пользователи, «чувствующие субъекты» (Г. Зиммель). Идет сопоставление взаимных интерпретаций, систем ожидания. Одной из

проблем социальной адаптации молодых специалистов выступает анализ взаимоотношений – это взаимоотношение ценностей, их выравнивание и объективация. Идет адаптация субъективных оценок, ожидание, формирование ценностей. Наглядно проявляется адаптивная роль маркетинговой деятельности, чем лучше выстроены процессы взаимодействия между молодым специалистом и системой образования, тем большую ценность получает каждая из сторон. Маркетинг в профессиональном образовании как особая социальная практика, помогает наиболее глубоко моделировать и оптимизировать обменные процессы, создавая условия их эквивалентности, взаимовыгодности. Социологический подход, отражает субъективную сторону маркетинга как способа взаимной адаптации поведенческих систем, как универсальную социальную технологию взаимодействия. В процессе социальной адаптации молодых специалистов складывается определенный тип отношений между субъектами, отвечающий специфики педагогической деятельности. Можно утверждать, что в рыночной реальности молодой преподаватель средней школы выступает менее всего как «экономический человек». Отношение между молодым специалистом и социальной системой в процессе социальной адаптации структурируются через услуги. Профессиональная деятельность это обменный процесс. Улучшение качества образовательной услуги ведет к повышению эквивалентности обменов.

По Э. Дюркгейму содержание одной профессиональной роли трансформируется в разные услуги. Услуга как социологическое понятие – это оценка профессиональной роли в соответствии с ожиданиями и компетентностью потребителя. Потребителями могут выступать как сами молодые специалисты, так и все субъекты образовательного процесса.

В понятии «услуги» подчеркивается инструментальная и адаптационная функция педагогической профессии. Социологический анализ услуги, исследование с помощью понятий социологии профессии, ролевой теории позволяют иначе рассмотреть вопросы маркетинга услуг.

Маркетинговые исследования в профессиональном образовании дополняют эвристическую ценность существующих научных позиций и взглядов, на проблемы социальной адаптации молодых специалистов в системе образования и помогут разрешить проблему востребованности молодых специалистов, которая выходит на первый план в процессе социальной адаптации.