

Существующий процесс трансформации гендерных ролей и идентичностей невозможно остановить, но можно сделать более адаптированным к реалиям, в частности, необходимо устранить связь между маскулинностью и экономической инструментальностью. Изменение социокультурных условий существования личности ведет к постоянной трансформации и необходимости формирования новой идентичности. Возникающие при этом личностные затруднения могут привести к тяжелому неврозу – кризису идентичности, «потери себя». Поэтому основной функцией идентичности является адаптация к современному миру в самом широком смысле. Человек может сохранять тождественность, только будучи открытым для новой информации и постоянно изменяясь адекватно ей. Другими словами, он остается идентичным себе, «балансируя» на грани Я и не-Я. Это ключевое положение отражено в большинстве существующих концепций идентичности. По мнению Э.Гидденса, идентичность не законченный процесс, ибо она должна постоянно воспроизводиться и трансформироваться, обеспечивая адекватность существования [3].

-
1. Эриксон Э. «Идентичность: юность и кризис». М.: Прогресс, 1996. – 333 с.
 2. Годфруа Ж. Что такое психология: в 2т.-М.: Мир, 1992.- Т.2 – 376 с.
 3. Гидденс Э. Трансформация интимности: сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах. СПб., 2004. – 345 с.

* * *

Еркектердің әйелдермен салыстырғанда биологиялық әлсіздіктері, сондай-ақ қайсыбір әсерлер мен өзгеру сәйкестіктері демографиялық тапшылыққа алып келеді. Дәстүрлі гендерлік стереотиптер заманауи шиеленіс пен шарасыз гендерлік сәйкестіктердің өзгеруіне алып келеді. Гендерлік шара ер жүректіліктің бейнесін қалыптастыруды дәріптейді.

* * *

Demographic deficit, a large biological vulnerability of men compared to women and modernization factor leading to the constant transformation of male identity is considered. Gender norms construct an idealized image of masculinity; the new imperative come into conflict with traditional gender stereotypes and inevitably leads to the transformation of gender identity.

М. Маульшариф

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ И ДИСФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Нормальное функционирование любого современного общества невозможно без полноценной системы образования. Образование давно уже стало одним из первостепенных факторов экономического развития, важным инструментом политики любого государства. Говоря о роли системы высшего образования в обществе, следует обращать внимание на функциональность и дисфункциональность профессионального образования как социальной системы. Если о функциональности высшей школы в целом существует довольно много работ [1;2], то о дисфункциях данной образовательной системы пишут лишь немногие социологи [3]. Обсуждение функциональности данной системы базируется на постулате о ее социальной значимости в обществе.

По мнению Д.П. Гавры [4], функция (от латин. *functio*—исполнение, совершение) в социологическом контексте может пониматься в трех значениях: во-первых, это социальная роль, которую выполняет тот или иной элемент системы в ее функционировании как целого; во-вторых, это социальное действие, ставшее стандартизованным. Таким образом, *функцией* социального института будем называть ту пользу, которую он приносит обществу. Иначе говоря, совокупность решаемых задач, достигаемых целей, оказываемых услуг.

Напротив, если от института помимо пользы происходит вред, будем называть подобные действия *дисфункцией*.

Каждая из них имеет два вида - явный и латентный. Функция может быть явной для одних членов общества и латентной для других. То же самое и с дисфункцией. К примеру, одним важно приобрести в университете фундаментальные знания, а другим завязать знакомства. Состояние институтов является индикатором социальной стабильности общественной системы: общество стабильно тогда, когда функции институтов понятны, очевидны, неизменны.

Традиционно к функциям образования относят:

- передачу (трансляцию) знаний от поколения к поколению и распространения культуры;
- генерирование и хранение культуры общества;
- социализацию личности;
- определение статуса личности;
- социальный отбор (селекции), дифференциацию членов общества, в первую очередь, молодежи, благодаря чему обеспечивается воспроизводство и изменение социальной структуры общества, индивидуальная мобильность;
- обеспечение профессиональной ориентации и профессионального отбора молодежи;
- создание базы знаний для последующего непрерывного образования;
- социокультурные инновации, разработки и создания новых идей и теорий, открытий и изобретений;
- социальный контроль [5].

Р. Мертон трактует явные функции как те объективные последствия, которые способствует регулированию или приспособлению системы, входя в намерения и осознаваясь участниками системы. Функции и дисфункции бывают *явные*, если они официально заявлены, всеми осознаются и очевидны, и латентные, если они скрыты от глаз, не заявляются. К примеру, к явным функциям школы относятся приобретение грамотности и аттестата зрелости, подготовка к вузу, обучение профессиональным ролям, усвоение базисных ценностей общества.

Но у нее есть также скрытые функции: приобретение определенного социального статуса, который позволит взобраться на ступеньку выше неграмотного, завязывание прочных дружеских связей, поддержка выпускников в момент их вступления на рынок труда.

Таким образом можно убедиться, что функции и дисфункции относительны, а не абсолютны.

На высшем образовании замыкается спектр таких проблем как подготовка кадров, способных к творческой инновационной деятельности, соответствующих квалификационной структуре современного общественного производства, а также способных удовлетворить перспективные потребности этого производства. Т. Парсонс [6] и более поздние функционалисты не только видят в образовании средство подготовки

молодых людей к исполнению ролей в обществе, но и полагают систему образования наиболее важным фактором процесса стратификации. Образование, с одной стороны, обеспечивает основу развития возможностей, но, с другой стороны, играет роль селективного инструмента, который способствует размещению индивидов по различным статусным позициям.

Социальные функции высшей школы рассматриваются в широком аспекте как категория, отражающая содержание деятельности отдельных элементов социальной системы в целом. К числу основных социальных функций высшей школы относятся:

- социально-экономические, связанные с формированием и развитием интеллектуального, научно-технического и кадрового потенциала общества;
- социально-политические, реализация которых, позволяет обеспечить безопасность общества в самом широком ее понимании, социальный контроль, социальную мобильность, устойчивое развитие общества, его интернационализацию и включенность в общецивилизационные процессы;
- функции культуротворческие, направленные на развитие духовной жизни общества, где высшей школе принадлежит решающая роль, ибо она не только непосредственно влияет на формирование личности, но и закладывает чувство социальной ответственности, позволяет сохранить, развивать и транслировать духовное наследие [7].

При этом необходимо отметить, что взаимодействие и переплетение выше-названных функций достаточно высоко и имеет тенденцию к дальнейшему возрастанию.

Высшее профессиональное образование как подсистема в системе образования выполняет также функцию адаптации. В свою очередь, в системе высшего образования адаптивная функция закреплена за организационно-финансовой подсистемой учреждения, эта функция вытекает из необходимости приспособления системы к внешней среде. Функция целедостижения – за администрацией учебных заведений, функция сохранения порядка – за преподавателями, стандартами и критериями качества: сохранение нормативных предписаний и следование им, функция интеграции – за организационной культурой высшей школы. К социокультурным функциям высшего образования отнесем профессиональную ориентацию и адаптацию, обеспечение вертикальной и горизонтальной деятельности, реализацию инноваций в содержании курсов, поиск и внедрение новых обучающих технологий.

Вместе с тем функции высшего образования можно классифицировать как явные и латентные. Возможно, провести еще более специфицированный анализ, выделив среди явных и латентных функций ожидаемые и неожиданные. Образование начинает выполнять свою дифференцирующую и селективную функцию, наряду с подготовкой к динамичным реалиям. Рассматривая функцию социализации или селективную роль образования, мы не должны забывать о той среде, которая влияет на их функционирование. Дифференцирующая и селективная функции определяют связь между образованием и социальной стратификацией общества [8]. Контролирующая и интегративная функции образования, а также его функции трансляции ценностей следующему поколению неизменно влекут за собой необходимость тесной связи с общественной системой ценностей, с религиозными институтами и самим государством.

Высшее профессиональное образование как система социальных отношений по поводу получения формализованных знаний под влиянием глобализации претерпевает трансформацию своих функций. Как уже указывалось, одна из трактовок такой

трансформации связывает изменения в системе профессионального образования с кризисом, который состоит в «неспособности современного образования удовлетворительно решать стоящие перед ним социальные и индивидуально-личностные задачи и выполнять основные функции» [9].

Г. Миненьков выделяет следующие отличительные признаки традиционного университета и обучающихся структур, ориентированных на получение прибыли. Если основными функциями традиционного университета являются обучение, исследование и обслуживание сообщества, то организации, работающие на прибыль, обычно имеют дело только с одним педагогическим аспектом. От традиционных университетов ожидают всестороннего охвата дисциплин; организации, работающие на прибыль, могут заниматься только тем, что они считают коммерчески выгодным. Все более привлекательной становится профессиональная краткосрочная подготовка на рабочем месте в соответствии с новыми потребностями и особенностями профессиональной структуры и занимаемой должности. А в ситуации растущего свободного доступа к любым информационным каналам и формам образования академическое сообщество лишается своего прежнего права эксклюзивного контроля над источниками знания и путями, к нему ведущими [10]. Университеты становятся таким же рыночным пространством, как и корпорации [11], тем самым они не свободны от отношений конкурентной борьбы, где знания выступают производственным фактором и основным ресурсом [12] новой академической экономики.

Любая цель достигается посредством реализации определенного набора действий и функций [12]. Важнейшей целью высшего образования как социального института является распространение знаний. Этой цели соответствует следующие явные функции: увеличение масштабов воспроизводства и потребления знаний, предоставление новых образовательных программ и расширение возможностей профессионального выбора для молодежи. Латентную функцию, соответствующую данной цели, можно метафорично назвать «индустрией знаний», поскольку речь идет об экспансии рынка услуг высшего образования, бурном росте производства учебной и популярной литературы, расширении спектра и масштабов образовательных программ, что на фоне неустойчивого социального статуса профессионала влечет диспропорции в наборе абитуриентов и перепроизводстве специалистов.

Следующая цель, которую преследует высшее образование как социальный институт, - это стандартизация профессиональной культуры и образовательных программ различных специальностей. В качестве декларируемых функций отметим следующее: достижение мировых стандартов, международное сотрудничество в сфере высшего образования, глобальный информационный обмен. Параллельно происходит унификация, американизация высшего образования.

В марте 2010 года Казахстан подписал Болонскую декларацию. Данная декларация или Болонский процесс стали следствием тех мировых процессов, которые были зафиксированы в документах Всемирной конференции ЮНЕСКО по высшему образованию (Париж, 1998). В них было отмечено, что мир вступил в исторический этап развития, одной из главных характерных черт которой являются перемены, но перемены, коренным образом отличающиеся от тех, что происходили в прошлом. Им свойственны: непрерывность и устойчивость, стремительность и тенденция к ускорению, они касаются всей планеты и практически всех областей и условий деятельности и жизни человека и общества. Эти перемены приводят к изменению спроса на квалифицированную структуру различных категорий населения, непрерывного образования и профессионального совершенства.

Положения, рассмотренные в рамках Болонского процесса, сводятся к шести основным позициям:

1. Введение двух циклов обучения.
2. Введение кредитной системы.
3. Контроль качества образования.
4. Расширение мобильности.
5. Обеспечение трудоустройства выпускников.
6. Обеспечение привлекательности европейской системы образования.

Как видно из перечисленных положений Болонская декларация ориентирована на профессионально-функциональную подготовку специалистов. Однако как отмечается в последующих европейских совещаниях Министров, ответственных за высшее образование (Прага, 19 мая 2001г.; Берлин, 19 сентября 2003г.), они подтверждают важность социального аспекта Болонского Процесса: а) конкурентоспособность должна соответствовать цели улучшения социальных характеристик общеевропейского пространства высшего образования, нацеленного на укрепление социальных связей и уменьшение неравенства по половому признаку как на национальном, так и на общеевропейском уровне; б) образование рассматривается как общественное благо и должно иметь общественную ответственность; в) необходимо преобладание международного академического сотрудничества и программы обмена академических ценностей; г) вузы и студенческие организации должны играть фундаментальную роль в развитии общеевропейского пространства высшего образования; д) развитие общих критериев и методологии обеспечения качества образования; е) студенты являются полноправными партнерами в управлении процессом получения высшего образования. Детальное изучение документов по Болонскому процессу показывает, что казахстанскую систему высшего профессионального образования ждет большая работа по перестройке, в том числе в области управления образовательной деятельностью.

Образование как социальный институт находится под постоянным прессом социально-качественных структурных изменений, которые происходят сегодня в мире целом, в частности и в казахстанском обществе. Ибо образование как социальный институт тесно связано с различными сторонами жизни общества, оказывает влияние на развитие науки и техники, культуры и морали, экономики и политики и, как следствие, способствует изменению социальной структуры общества. В этих условиях возникает вопрос о новых формах и новом содержании образования, в том числе высшего образования, его целях, задачах, структуре, функциях. Ибо высшее образование не только система подготовки человека к конкуренции на рынке труда, но и система, формирующая такие социально качественные особенности человека как его культура, мораль, жизненные идеалы. Данная концепция должна отражать качественные изменения образования, с одной стороны, как социального института, с другой стороны, должна отразить изменение образования как социального качества общества.

-
1. Нечаев В.Я. Социология образования. М.: Изд-во МГУ, 1992. – 230 с.
 2. Харченко И.И. Образование как фактор стабильности российского общества в условиях переходного периода // Некоторые аспекты социодинамики сферы образования в современном российском обществе. Вып. XV. М.: Московский общественный научный фонд, 2000. - С. 11-36.

3. Чередниченко Г.А. Дифференциация как механизм социального неравенства в средней школе // Социальное неравенство и образование. Саратов: Сарат.гос.тех.ун-та, 2001. - С. 67-79.
4. Безгодов А.В. Очерки социологии предпринимательства. – СПб.: Петрополис, 1999. – 281 с.
5. Шереги Ф.М., Харчева В.Г., Сериков В.В. Социология образования: Прикладной аспект.- М.: Юристъ, 1997. - 130 с.
6. Парсонс, Т. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем // Американская социологическая мысль: тексты. – М.: Издательство Международного ун-та бизнеса и управления, 1996. – С. 462-477.
7. Парсонс, Т. Функциональная теория изменения // Американская социологическая мысль: Тексты. - М.:Изд. Международного ун-та бизнеса и управл., 1996. – С. 478-482.
8. Зборовский , Г.Е. Образование: научные подходы к // Социологические исследования. – 2000. - №6.- С. 23-30.
9. Миненков. Университет в современном мире: вызовы и возможные ответы // Информационный бюллетень СИ 1999. – <http://newsletter.iatp.by/ctr6-12.htm>.
10. T. Caplow, R. McGee. The Academic Market Place. – New York: Basic Books, 1958. – P. 233-240.
11. Костюк В.Н. Специфика экономики, основанной на знаниях // Общественные науки и современность. – 2004. - №4. - С. 135-141.
12. Смирнова С.Д. Педагогика и психология высшего образования: от деятельности к личности. – М.: Аспект Пресс, 1995. –273 с.

* * *

Бұл мақалада қоғамның әлеуметтік құрылымын өзгеруінің басты факторы жоғары оқу орнының қызметіне жан-жақты талдау жасалған. Қазіргі жаһандану жағдайында жоғары оқу орнының анық қызметімен қатар қоғамда әртүрлі теңсіздіктер тудыратын қарама-қайшы қызметі де қарастырылған.

* * *

The author considers the function of the social institution of higher education as a factor of changing the social structure of society. The functionality of higher education is considered along with its dysfunctionality in the context of globalization.

С.М. Дуйсенова

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ, КАНАЛЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ И ТВОРЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

По своим целям и задачам социальная реклама в сравнении с другими видами рекламы наиболее близка к журналистике, поскольку затрагивает жизненно важные для общества темы и проблемы с позиций общепринятых ценностей и норм морали. Отличить социальную рекламу от журналистики зачастую можно лишь по используемым средствам и форме выражения содержания (ср.: телевизионный рекламный ролик о проблеме наркомании и публицистическая телепередача на эту же тему). Если задачей коммерческой рекламы является формирование в сознании аудитории позитивного образа товара или услуги с целью стимулирования их продажи, то для социальной рекламы характерно, прежде всего, привлечение внимания людей к общественно значимым явлениям. Как и коммерческая, социальная реклама стремится к изменению поведенческих моделей аудитории, но не преследует экономической выгоды. По причине своей общественной значимости социальная