

Раздел VI  
КОНКРЕТНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В РОССИЙСКОМ  
ОБРАЗОВАНИИ

Part VI. SPECIFIC PROBLEMS IN RUSSIAN EDUCATION

---

УДК 316.3/.4 + 378 + 316.7

**ВЫБОР ВУЗА АБИТУРИЕНТАМИ И СТУДЕНТАМИ  
В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ НОВОСИБИРСКА  
(НА ПРИМЕРЕ НГТУ)**

*В. И. Игнатьев, Я. В. Жандарова, М. М. Захваткина* (Новосибирск)

*В статье рассматриваются мотивы абитуриентов на этапе выбора вуза и анализируются причины изменения фоновых практик при смене статуса абитуриента на статус студента. Авторы исследуют особенности выборочных практик студентов и абитуриентов, выявляют характеристики выделенных фоновых практик. Особое внимание уделяется практике потребления имиджа НГТУ как части потребления образовательных услуг.*

**Ключевые слова:** *выбор вуза, мотивы, фоновые практики, абитуриенты, студенты, трансформация практик, имидж вуза.*

---

**Игнатьев Владимир Игоревич** – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой социологии факультета гуманитарного образования Новосибирского государственного технического университета.

630092, г. Новосибирск, пр. Карла Маркса, д. 20, VI корпус, 407 ауд.

E-mail: ignat@fgo.nstu.ru

**Жандарова Яна Валерьевна** – ассистент кафедры социологии факультета гуманитарного образования Новосибирского государственного технического университета.

630092, г. Новосибирск, пр. Карла Маркса, д. 20, VI корпус, 407 ауд.

E-mail: m.zakhvatkina@gmail.com

**Захваткина Мария Михайловна** – аспирант кафедры социологии факультета гуманитарного образования Новосибирского государственного технического университета.

630092, г. Новосибирск, пр. Карла Маркса, д. 20, VI корпус, 407 ауд.

E-mail: m.zakhvatkina@gmail.com

**CHOOSING A HIGHER EDUCATION INSTITUTION BY THE APPLICANTS AND STUDENTS IN THE NOVOSIBIRSK EDUCATIONAL SPACE (ON THE EXAMPLE OF NSTU)**

**V. I. Ignatyev, Y. V. Zhandarova, M. M. Zakhvatkina** (Novosibirsk)

*The article considers the motives of the applicants at the stage of choosing a higher education institution and analyzes the reasons for transformation of the background practices while changing the applicant status to the student status. The authors study the specificities of choosing practices of the students and applicants, identify some characteristics of the designated background practices and their changes. A special attention is given to the practice of consuming the image of NSTU (the Novosibirsk State Technical University) as a part of consuming the educational services.*

**Key words:** choice, higher education institution, motives, background practice, applicants, students, transformation of practices, image of the higher education institution.

Рынок высшего образования в Новосибирске включает в себя двадцать пять государственных вузов, десять из которых являются университетами. Насыщенность образовательного пространства предоставляет большой выбор направлений и специальностей для потребителей образовательных услуг. Выбор вуза – это важный этап в самоопределении молодежи, поскольку речь идет о выборе своего будущего социального положения. Основой самоопределения являются сформированные ценностные ориентации молодых людей, которые выстраивают индивидуальные мотивационные стратегии, влияющие, в свою очередь, на определение того или иного выбора. На данном этапе жизненного пути начинают формироваться образовательные и профессиональные стратегии. При выборе вуза молодежь принимает во внимание разные стороны и характеристики будущего образовательного процесса, пытаясь спрогнозировать будущие возможности трудоустройства, оценивая различные перспективы (возможности самореализации, выгоды, престиж, профессиональный рост и т. д.).

Исследовать социальный механизм выборочных практик можно при условии применения различных теоретических моделей. В данной статье мы обращаемся к методу исследования повседневных практик, предложенному П. Бурдьё и М. Фуко. Практики устанавливают и воспроизводят идентичности или раскрывают основные способы социального существования, возможные в данной культуре и в данный момент времени [3, с. 16]. В целом в научной литературе сегодня под практиками понимается «все то, что социальный агент делает сам и с чем он встречается в социальном мире» [7, с. 551], соответственно, выборочные практики – это любая деятельность, направленная на выявление оценочной информации, с помощью которой совершается оптимальный выбор вуза. Выборочные практики абитуриентов и студентов формируются, исходя из доступной информации о рынке образовательных услуг. Собранные факты, субъективные мнения, рекламные объявления, собственный или чужой опыт (и любая другая информация о вузе) создают определенные целостные струк-

туры, лежащие в основе восприятия различных образовательных учреждений. Другими словами, деятельностный контекст процесса получения информации о вузе и ее оценка формирует фоновые практики (самое простое понимание фоновой практики – просто деятельностный контекст, в котором интерпретируется высказывание или поведение [2, с. 7]). Фоновые практики позволяют выявить скрытые допущения, незамеченные ранее.

Предметом нашего исследования являются выборочные практики абитуриентов и студентов, а объектом – образовательное пространство Новосибирска (на примере НГТУ). Для полноценного анализа выборочных практик будут рассмотрены фоновые практики и их трансформации в процессе обучения. В качестве фоновых практик рассматриваются: 1) удовлетворенность выбором вуза, 2) удовлетворенность выбором специальности, 3) ожидания от обучения в НГТУ, 4) субъективные оценки востребованности выбранной специальности на рынке труда. Задачи данной статьи заключаются в изучении практик на этапе выбора вуза и изменению фоновых практик при смене статуса абитуриента на статус студента.

Статья базируется на материалах социологического исследования «Влияние имиджа НГТУ на потребительские предпочтения абитуриентов и студентов НГТУ», которое было проведено в 2009 г. (Грант фундаментально-прикладных исследований НГТУ 2009 г.). Были опрошены абитуриенты и студенты первого (36 %), третьего (31 %) и четвертого (33 %) курсов, обучающихся в НГТУ. Выборка состояла из 1108 человек, из них 529 респондентов мужского пола и 560 респондентов женского пола.

*Особенности выборочных практик.* Для выявления особенностей выборочных практик при поступлении в вуз, респондентам задавался вопрос о причинах, повлиявших на их решение поступать именно в НГТУ. Причины отражают результаты оценочных практик и являются показателями, которые характеризуют мотивы абитуриентов при выборе НГТУ для поступления. Таким образом, выборочные практики опираются на оценочно-фоновые практики.

Респондентам были предложены варианты ответов, структурированных по группам мотивов: традиционные мотивы («родители, родственники, знакомые посоветовали поступать в данный вуз»), профессиональные мотивы («считаю, что смогу получить в данном вузе образование высокого качества», «есть специальности, которых нет в других вузах»), рациональные мотивы («количество баллов, полученных на ЕГЭ, достаточно для поступления в НГТУ») утилитарные мотивы («устраивает месторасположение вуза», «хорошая материально-техническая база»), романтические мотивы («всегда мечтал учиться в данном вузе»), имиджевые мотивы («высокая престижность», «известность и репутация НГТУ»), экономические мотивы («высокая востребованность выпускников на рынке труда», «устраивает стоимость обучения»), избегательные мотивы («не поступил в другой вуз») и случайные мотивы («по интуиции или случайно»).

Полученные данные о значимости тех или иных причинах поступления в НГТУ показали, что наиболее часто поступление в НГТУ мотивируется престижем (имиджевый мотив) – 71 %. Распространенность имиджевого мотива говорит о том, что образ НГТУ достаточно известен (брендирован) в общественном сознании абитуриентов. В свою очередь, бренды

сегодня являются формой, организующей потребительские практики как на индивидуальном уровне, так и на уровне социума, и играют роль механизмов социальной регуляции поведения. Поэтому возможность получения образования в НГТУ рассматривается как дополнительный элемент престижности для своего социального статуса, что является исходным этапом для успешной карьеры и отчасти воспринимается как причастность к практике «потребления бренда».

Достаточно значимы оказались и традиционные мотивы (65%). Традиционные мотивы берут начало в объективно существующих формах институциональных структур общества – в семье, образовательных учреждениях и формируют социальные намерения молодых людей. Социальные намерения и социальные ориентации формируются, как правило, раньше профессиональных, следовательно, социальная ориентация первична по отношению к профессиональной. Таким образом, родители, родственники, знакомые и учителя изначально, в процессе социализации, закладывают условия возможности для выбора дальнейшего образования именно в НГТУ.

В то же время, достаточно высокая значимость рациональных (57%) и профессиональных (49%) мотивов говорит о сложившейся практике сознательного и обоснованного выбора университета. Это характеризует группу абитуриентов, в которой социальные ориентации не противоречат профессиональным, когда абитуриент независим от институциональных ожиданий родителей и родственников.

Необходимо отметить, что значительное количество студентов мотивируются утилитарными (32%) и экономическими (26%) мотивами (способность заплатить за обучение, транспортные затраты, затраты на питание). Осуществление выбора на основе критерия минимизации издержек получения профессионального образования создают деформацию образовательного поведения молодежи [6, с. 141]. Это в нашем случае можно соотнести с деформацией выборочных практик. Так, например, стремление абитуриентов к получению образования «ближе к дому» приводит к формированию у части выпускников установки ориентироваться не на свои склонности, а на наличие территориально доступных учебных заведений. Или при возможностях бесплатного и платного обучения может сформироваться практика выбирать не тот факультет, который нравится, а тот, где возможность бесплатного обучения больше [6, с. 141–142]. Соответственно, можно согласиться с тем, что «выбор конкретного учебного заведения абитуриентом и его семьей в России пока далек от выбора на основе принципа получения наибольших выгод от данных инвестиций в образование, и осуществляется в значительной мере на основе критериев, оценивающих издержки того или иного вида образования» [6, с. 140].

*Характеристика фоновых практик.* Следующие показатели характеризуют фоновые практики и их трансформации в процессе обучения. Рассмотрим такие фоновые практики, как: 1) удовлетворенность выбором вуза, 2) удовлетворенность выбором специальности, 3) ожидания от обучения в НГТУ, 4) субъективные оценки востребованности выбранной специальности на рынке труда.

Исследование показало, что большинство студентов отмечают удовлетворенность выбором НГТУ (полностью удовлетворены – 45%, скорее

удовлетворены – 43 %), но обнаружена тенденция снижения удовлетворенности выбором НГТУ в зависимости от курса. Процент «полностью удовлетворенных» выбором вуза снижается к старшим курсам, а процент «скорее неудовлетворенных» повышается от первого к четвертому курсу. Уровень удовлетворенности выбранной специальностью обнаруживает ту же тенденцию – снижение уровня удовлетворенности в зависимости от курса.

При смене статуса абитуриента на статус студента происходит изменение ожиданий от вуза. Респондентам был предложен вопрос: «Что Вы ожидаете получить от обучения в НГТУ?». Ожидания студентов от обучения в НГТУ были разделены на две группы ожиданий: «профессиональные ожидания» и «ожидания, не связанные с получаемой специальностью». Группа «профессиональных ожиданий» характеризуется желанием респондента получить специальность, набор знаний, умений и навыков, востребованных на рынке труда и диплом престижного университета, который позволит найти хорошую работу. Группа ожиданий, не связанных с получаемой специальностью, характеризуется желанием респондента хорошо провести студенческие годы, соответствовать требованиям времени и быть образованным человеком. К этой группе так же относится характеристика личностного роста, интеллектуального совершенствования и творческого развития.

Основная тенденция изменений выражена в снижении профессиональных ожиданий. Так, абитуриенты оценивают профессиональные ожидания высоко (64 %), а ожидания, не связанные с получаемой специальностью, в два раза ниже (36 %); у студентов четвертого курса профессиональные ожидания, составляют 55 %, а ожидания, не связанные с получаемой специальностью – 44 %. Таким образом, профессиональные ожидания снижаются в процентном соотношении к старшим курсам, а ожидания, не связанные напрямую с получаемой специальностью, наоборот, возрастают. Непрофессиональные ожидания, связанные с личностным ростом и интеллектуальным совершенствованием, а также желание соответствовать требованиям времени, выдвигаются вперед, в то время как более традиционные профессиональные ожидания отступают на задний план. Это свидетельствует о размывании границ профессиональных ожиданий. К старшим курсам формируется установка, которая ориентирует скорее на общее личностное развитие и разносторонние навыки.

Проведенное исследование позволило выявить субъективные оценки востребованности выбранной специальности на рынке труда и изменение этих оценок на разных этапах обучения в НГТУ. Практически половина первокурсников (43 %), студентов третьего курса (49,4 %) и студентов четвертого курса (40 %) склонны думать, что могут возникнуть некоторые проблемы с трудоустройством; 29 % первокурсников, 25 % третьекурсников и 25 % четверокурсников считают, что на специалистов в их области всегда есть спрос у работодателя, и они без проблем найдут работу по специальности; 9,8 % первокурсников, 14,4 % третьекурсников и 23,5 % четверокурсников уверены, что спрос на специалистов в данной области невысок, но полученные в процессе обучения знания, умения и навыки дадут возможность найти работу в различных областях.

Таким образом, несмотря на то, что большинство студентов сомневаются в том, что смогут найти работу по специальности, четверть опрошенных студентов уверены, что смогут найти такую работу. Изменения по этим значениям в зависимости от курса несущественны. Заметна тенденция постепенного (в зависимости от курса) увеличения количества студентов, считающих, что спрос на них как на специалистов на рынке труда отсутствует. Но при этом они уверены, что смогут найти работу в других различных областях, не связанных с их специализацией.

Фоновые практики характеризуются изменчивым положением. Трансформации фоновых практик зависят от степени возможности и желания студентов реализовать собственные ожидания от образовательного процесса. Тенденция снижения общей удовлетворенности позволяет предположить, что студенты ограничены в возможностях реализации своих ожиданий в рамках образовательного процесса. Например, реализация ожиданий, напрямую не связанных с получением образования, может быть затруднена из-за сложности реализации профессиональных ожиданий, и наоборот. Фоновые практики ожиданий молодежи нередко трансформируются в пассивное ожидание (в случаях, когда студенты не смогли/оказались неспособными самостоятельно реализовать свои ожидания), которое характеризуется желанием получения известных благ только потому, что абитуриент стал студентом широко известного и престижного вуза.

*Практики «потребления имиджа» НГТУ.* Имидж НГТУ – это собирательный искусственный образ, формируемый в общественном и индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. В нашем исследовании понятие имиджа может включать в себя такие элементы, как общая известность, престижность университета, ценность диплома на рынке труда, качество образования, внешнее оформление корпусов, доброжелательность отношения к абитуриентам и студентам, квалификация преподавательского состава, востребованность выпускников на рынке труда, возможность заниматься научной деятельностью, материально-техническая база университета, уровень коррумпированности, месторасположение, сложность обучения, стоимость обучения и проходной балл. В среднем, абитуриенты склонны выше студентов оценивать имидж НГТУ. Наиболее высокие оценки студенты и абитуриенты дали следующим характеристикам: общая известность, престижность, ценность диплома на рынке труда, квалификация преподавательского состава. Это говорит о сформированных потребительских практиках в сфере образования. Так, некоторые исследования подтверждают, что, отношение студентов и их родителей к университетскому образованию становится все более потребительским. Большое значение приобретают такие компоненты выбора университета, как широко известный бренд, красивый и убедительный каталог, хорошая реклама, наличие современного сайта и пр. Кроме того, принцип «цена-качество» превращается в ведущий в выборе высшего учебного заведения будущим студентом и его родителями. Университет должен быть «мегамаркетом потребления знания» со всеми вытекающими последствиями [4, с. 152–153].

Итак, подводя итоги, отметим, что НГТУ абитуриенты выбирают, опираясь на оценочные основания. Само состояние окружающего социально-

го мира, общественные мнения и массовые практики – то, что с большей долей вероятности произойдет в данных социальных условиях и предпосылках – принимается, присваивается и воспроизводится молодежью. В нашем случае это условия возможности для выбора вуза, основанные на имидже, социальных ориентациях и минимизации издержек на получение образования.

Проведя анализ отмеченных фоновых практик и их трансформаций, мы обнаружили, что имеет место процесс, ведущий к формированию пассивных потребительских практик, что подтверждает изменение отношений к получению высшего образования. Образование теперь не самоценность, а приобретаемое качество; имидж самого образовательного учреждения должен автоматически «приписываться» к статусу выпускника. Таким образом, в ситуации получения образовательных услуг абитуриенты и студенты склонны потреблять не только саму образовательную услугу, но и имя НГТУ (бренд), которое прочно заняло престижное место в массовом сознании молодежи.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Бурдые П.** Практический смысл / пер. с фр. А. Т. Бикбов, К. Д. Вознесенская, С. Н. Зенкин, Н. А. Шматко. – СПб. : Алетейя ; М. : Институт экспериментальной социологии, 2001. – 562 с.
2. **Витгенштейн Л.** Философские исследования // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1985. – Вып. XVI. – С. 79–128.
3. **Волков В. В.** О концепции практик в социальных науках // Социологические исследования, 1997. – № 6. – С. 9–23.
4. **Покровский Н. Е.** Трансформация университетов в условиях глобального рынка // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2004. – № 4. – С. 152–161.
5. **Хархордин О. В.** Мишель Фуко и Россия : сб. ст. – СПб. ; М. : Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге : Летний Сад, 2002. – 282 с. – Вып. 1 (Гр. фак. полит. наук и социологии).
6. **Харченко И. И.** Современная молодежь Сибири: образовательные и профессиональные стратегии. – Новосибирск, 2008. – 500 с.
7. **Шматко Н. А.** На пути к практической теории практики // П. Бурдые. Практический смысл: послесл. – СПб. : Алетейя, 2001. – С. 548–562.
8. **Николаева Е. М., Щелкунов М. Д.** Образование в обществе потребления // Философия образования. – 2009. – № 1 (26). – С. 11–18.

УДК 37.0 + 13

#### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ И ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Л. Л. Дедюкина (Якутск)*

*В статье раскрываются понятия «дифференциация» и «индивидуализация» в образовании, рассматриваются возможности реализации деятельностного подхода в условиях дифференциации и индивидуализации обучения и роль деятельностного подхода в активизации самостоятельной деятельности обучающихся. Автор статьи отмечает актуальность*