

DOI: 10.24412/1994-3776-2022-3-40-46

УДК: 37.062

Э. Б. Авакова**МОТИВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА
АБИТУРИЕНТОВ КАК ОСНОВА КОММУНИКАЦИОННОЙ
СТРАТЕГИИ УНИВЕРСИТЕТА****E. Avakova. Motivational factors of applicants' professional choice as the basis
of the university's communication strategy**

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с выстраиванием коммуникаций высших учебных заведений с абитуриентами и студентами с целью повышения их мотивации к образовательному процессу и профессиональному самоопределению.

Обосновывается необходимость изучения и учета особенностей молодого поколения, их запросов при взаимодействии с вузами, факторов, которые повлияли на их выбор, их степень удовлетворенности и ожиданий, что, в свою очередь, позволяет выстраивать эффективную коммуникационную стратегию.

Ключевые слова: молодежь, абитуриенты, профессиональный выбор, профессиональное самоопределение, коммуникационные стратегии университета.

Контактная информация: Россия, 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29
E-mail: elina_avakova@mail.ru

Abstract. The article deals with issues related to communications between universities and applicants and students in order to increase their motivation for the educational process and professional self-determination. The author substantiates the necessity of studying the characteristics of the young generation, their requests when interacting with universities, the factors that influenced their choice, their degree of satisfaction and expectations. That allows starting an effective communication strategy.

Keywords: youth, applicants, professional choice, professional self-determination, communication strategies of the university.

Contact information: Russia, 195251, Saint-Petersburg, Polytechnicheskaya, 29
E-mail: elina_avakova@mail.ru

В современных условиях информационного общества – общества, отличающегося принципиальной ролью информации как определяющей экономической, социальной и культурной силы, а также в условиях инновационно ориентированной экономики актуализируются задачи повышения уровня качества кадрового обеспечения приоритетных направлений развития науки, технологий, ключевых отраслей экономики и социальной сферы [19], [11], [12].

Современный мир – это мир быстрых изменений, неопределенности и текучести. Для

Авакова Элина Борисовна – кандидат социологических наук, доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна.

доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна

E. Avakova. – PhD in Social Sciences, Associate Professor of the Higher School of Media Communications and Public Relations of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Associate Professor of the Department of Advertising and Public Relations of St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Associate Professor, Department of Advertising and Public Relations, Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

© Авакова Э.Б., 2022.

многих сфер жизнедеятельности характерны высокие темпы развития и постоянная динамика. Это неизбежно ставит отдельных индивидов, группы, организации, социальные институты, государства в условия необходимости приспособления к активно трансформирующейся социальной системе, выводит на первый план и делает безусловной ценностью такие характеристики как инициативность, адаптивность, гибкость, умение маневрировать.

В том числе и перед современной системой образования, ориентированной на удовлетворение актуальных потребностей рынка труда и запросов работодателей, очень остро стоит задача соответствия этим параметрам. От качества ее функционирования зависит решение первоочередных экономических проблем общества, т.к. именно система образования всегда была и остается поставщиком квалифицированных специалистов для любой сферы [7, с. 27].

Развитие информационного общества в свою очередь тесно связано с уровнем цифровизации всех сфер общественной жизни. В нашей стране курс на развитие информационного общества был актуализирован Указом Президента в 2017 году, утверждающем новую стратегию развития информационного общества в период до 2030 года. Она предполагает цифровые преобразования и в российской системе высшего образования, основанные на цифровой трансформации высших учебных заведений, подразумевающей активное использование ими цифровых технологий в своей образовательной и научной деятельности, в том числе с целью успешного решения задачи обеспечения национальной экономики кадрами, обладающими компетенциями для работы в условиях цифрового общества [18], [16], [10].

Несмотря на продолжающиеся как в научном сообществе, так и среди представителей других областей деятельности споры о преимуществах и недостатках цифровизации, ее позитивных эффектах и сопутствующих рисках, цифровая среда плотно вошла в нашу повседневную жизнь и проникла в область профессиональной деятельности. Это современная реальность, с которой необходимо считаться всем без исключения субъектам общественной деятельности, которую необходимо принимать, а главное понимать, как в ней максимально эффективно существовать. И если у определенных категорий граждан или организаций цифровые тенденции вызывают сложности и, например, внутренние сопротивления, то такой социальной группой как молодежь эти, как и многие другие процессы, осознаются и принимаются максимального открыто и беспрепятственно. Это обусловлено и возрастными параметрами ее восприятия, и ценностными ориентациями, предпочтениями, отношением к сложностям, взглядом в будущее в целом. А также определяющим является факт того, что современная молодежь – это поколение, которое с рождения погружено в многоуровневую информационно-коммуникативную среду, воспитывалось в окружении и с использованием цифровых гаджетов и интернета.

Именно молодежь, которая формируется и развивается в новых социально-экономических условиях, целесообразно рассматривать как основной стратегический ресурс государства, обеспечивающий дальнейшее развитие созидательного потенциала общества. И здесь очевидна важность осознанной профессиональной идентичности молодежи как результата самоопределения в принадлежности к конкретной социально-профессиональной группе и сфере приложения труда. Сознательное стремление молодежи реализовываться в выбранном профессиональном поле представляется одним из важных условий обеспечения государства мотивированными высококвалифицированными специалистами, готовыми и способными включаться в решение значимых социально-экономических проблем. Очевидно, что любое государство максимально заинтересовано в том, чтобы у молодежи формировались положительно влияющие на общество ценности, способности, созидательная мотивация [7, с. 26].

Отсутствие мотивации у исполнителя в любой деятельности неизбежно приводит к ее низкой эффективности и невысоким результатам. В рамках образовательного процесса ситуация аналогичная. Мотивация к саморазвитию и обучению способствует личностному и профессиональному самоопределению, повышает степень вовлеченности в учебный процесс, и, как следствие, умножает его эффективность. Наличие мотивации, заинтересованности способствует формированию у обучающихся действительно необходимых в будущей трудовой деятельности навыков, а также помогает обучающимся в понимании личностного соответствия и своей предрасположенности к той или иной трудовой деятельности, а значит и принятии правильного решения при выборе своего будущего профессионального пути.

Современные университеты, дорожащие своей репутацией и качеством образовательного процесса, стоят перед острой необходимостью решения задачи выбора оптимальной стратегии своего развития и определения фокуса приоритетного направления деятельности в условиях трансформирующейся реальности. Так, особого внимания требует выстраивание коммуникационной стратегии с молодежью, в частности, с абитуриентами, т.е. своими будущими студентами. Современные вузы конкурируют за талантливую и мотивированную молодежь. Конкурс в вузы с каждым годом только увеличивается. Увеличивается и количество талантливых абитуриентов (победителей олимпиад, творческих и профессиональных конкурсов; так называемых «стобалльников» и пр.), в которых, как в перспективных студентах, заинтересовано любое образовательное учреждение. Соответственно вузам необходимо учитывать характерные особенности представителей молодого поколения, их запросы, а также факторы, влияющие на выбор абитуриентами места учебы и критерии этого выбора для дальнейшего определения своей линии поведения.

И эта задача актуальна не только при привлечении тех, кто уже имеет высокие достижения на момент поступления в университет, но в целом для работы с любой категорией абитуриентов. Несмотря на возможный негативный окрас подобного утверждения – обучение сегодня превратилось в услугу, оказываемую заказчиком. И вуз вынужден этих заказчиков привлекать, чтобы обеспечивать свои преимущества перед конкурентами, повышать успешность и эффективность своей деятельности. А, учитывая рост количества абитуриентов, который не первый год отмечают российские вузы [6], важность успешной конкурентной борьбы за студентов повышается.

Усиливающаяся конкуренция между вузами является также и одним из результатов цифровизации. Цифровизация обеспечивает широкие возможности абитуриентам для доступа практически к любой информации. Соответственно, это позволяет им получить больше интересующих их сведений по вопросам условий обучения, возможностей профессиональных стажировок, перспектив трудоустройства, содержания интересующих их направлений подготовки и, следовательно, позволяет принимать в результате более обоснованные решения по выбору образовательного учреждения.

Другим немаловажным фактором конкуренции между вузами, который также следует отнести к следствию глобальной цифровизации, можно назвать и широкие возможности дистанционной подачи документов для поступления. Так по действующим правилам, выпускники школ могут подавать документы одновременно в несколько вузов и на несколько направлений.

В сложившихся условиях в число приоритетных вопросов, решаемых высшим образовательным учреждением, входит привлечение и отбор мотивированных абитуриентов, из которых получают более вовлеченные в образовательный процесс студенты и, как следствие, выпускники, заинтересованные в успешной профессиональной деятельности в выбранной сфере, которыми в большей степени будут удовлетворены работодатели.

Не вызывает сомнения, что если общество заинтересовано в профессиональном

становлении молодежи, в их духовном и морально-нравственном развитии, включенности в общественно значимые процессы социально-экономического развития страны, то необходимо более пристально исследовать ее ценностные ориентации, предпочтения, поведенческие установки и пр. [13, с. 61] И, действительно, изучение мотивационных предпочтений абитуриентов, их социально-профессиональных устремлений и тенденций профессионального самоопределения продолжает оставаться предметом большого количества исследований.

Мотивация к получению высшего образования, профессиональная мотивация являются важными составляющими в мотивационной структуре личности. Обучение в высшем учебном заведении является одним из ключевых этапов в жизни человека, т.к. он представляет собой один из основных этапов социализации личности, который во-многом определяет вектор будущей жизни. Ведь именно профессиональная деятельность, подготовка к которой осуществляется в учебном заведении, образует основную форму активности индивида в течение его жизненного пути. Она обеспечивает его самореализацию, развитие, душевное благополучие.

Ключевые причины, влияющие на выбор молодыми людьми учебного заведения и определяющие их стратегии поведения в процессе поступления, могут быть связаны с разнообразными аспектами. Это и рекомендации родителей, друзей, знакомых; рейтинги вуза в СМИ; востребованность выпускников ведущими предприятиями; перспективы интересной студенческой жизни; сфера интересов, сложность поступления (высокий конкурс) и др. [4].

В силу возраста у молодежи часто меняются желания и интересы, ей сложно остановиться и утвердиться в каком-то решении, это же касается и вопроса выбора профессиональной деятельности. Не имея необходимый жизненный опыт, молодые люди часто не могут верно определить свои потребности при первом выходе на рынок труда. Они еще не обладают сформированной жизненной целью, выработанной моделью поведения и устойчивым отношением к пониманию своего будущего [5, с. 219].

В целом вчерашним выпускникам присуще весьма общее, а скорее даже поверхностное, примерное представление о содержательных особенностях профессиональной деятельности в рамках выбираемой ими специальности (направления подготовки), образа жизни той или иной профессиональной группы, современном уровне развития и достижений в выбираемой профессии.

Несмотря на существование большого количества профориентационных программ, проектов и отдельных мероприятий федерального, регионального, муниципального уровней [3, с. 85-86] сформированность профессиональной ориентации и готовность к осознанному выбору профессии и вуза у выпускника школы, только получившего аттестат об образовании, находится на достаточно низком уровне. При этом стартовым условием успешной профессиональной реализации выступает именно целенаправленный и обоснованный выбор вуза.

Для современных абитуриентов характерен скорее выбор «образа профессии», а не профессии как таковой ввиду того, что на момент поступления у них весьма расплывчаты и туманны представления о содержании выбранной профессии, своем месте в профессии, о себе как о профессионале. При поступлении в вуз абитуриенты ориентируются не на четкие представления о своей будущей профессии, а на субъективный образ, который очень часто далек от действительности [9, с. 179-183].

Результаты проводимых исследований свидетельствуют о том, что молодежь заинтересована в профессиональной самореализации, в чем безусловно видится положительный момент, связанный с прагматизмом и рационализмом современной молодежи. Ориентация на перспективы будущего трудоустройства подтверждается тем, что

наиболее востребованными темами при поиске информации о вузе, кроме перечня специальностей и направлений подготовки, является информация о карьере выпускников – это, пожалуй, один из главных критериев выбора образовательного учреждения абитуриентами [17].

При этом у молодежи наблюдается ориентация на получение высшего образования как средства для повышения своего социального статуса и престижа, ориентация на ценности индивидуального успеха и материальное благополучие. Для многих основными мотивами поступления в вуз являются престижность и возможность в перспективе найти высокооплачиваемую работу [13, с. 64].

В молодом возрасте сложно представить, что выбираешь дело, которым будешь заниматься всю жизнь. Тенденция, характеризующая современных подростков: жить сегодняшним днем, получать удовольствие и выполнять работу, которая приносит удовлетворение, радость и хороший доход, но не занимает много времени [1]. Молодежь не ориентирована на долгосрочную профессиональную карьеру, 8-часовой рабочий день и желание быть трудоголиком. Современное цифровое поколение (поколение Z) живет в бесконечном и быстро меняющемся потоке информации, в окружении социальных сетей и рекламы, которые призывают и культивируют жизнь по принципу «здесь и сейчас». Поэтому современные дети думают о ближайшем будущем, живут одним днем и не задумываются о дальних перспективах [8]. Согласно результатам исследований абсолютное большинство абитуриентов на момент поступления не озабочены тем, где именно они после выпуска будут работать. Им интересны ответы на вопросы, которые актуальны для них на сегодняшний день, например место вуза в российских и международных рейтингах, наличие бюджетных мест, конкурс, направления подготовки и пр. [14]

И это понятно, ведь на выбор также могут влиять и дополнительные внешние факторы, которые часто заставляют не только вносить корректировки в свои изначальные планы, но и кардинально их менять. Так, большое количество молодых людей поступают на те или иные направления подготовки, в рамках которых они смогли набрать требуемый проходной балл, смогли обеспечить финансовую возможность для оплаты будущего обучения, а значит порой зачисление в то или иное высшее учебное заведение может происходить по остаточному принципу.

Только выявление и анализ особенностей абитуриентов, их запросов при взаимодействии с вузами, факторов, которые повлияли на их выбор, их степень удовлетворенности и ожиданий позволит образовательным учреждениям выстроить эффективные коммуникации со своими уже студентами, понять, какие их потребности необходимо удовлетворять, какие формы, инструменты и само содержание образовательного процесса предложить. Вуз должен быть готов к тому, что после поступления молодые люди начинают оценивать свой уже совершенный выбор. И, к сожалению, многие в нем разочаровываются уже с первого года обучения. А это неизбежно влияет на уровень мотивации, интерес к учебе и будущей профессиональной деятельности в целом.

Учитывая особенности современного поколения, о которых было сказано выше, а именно растерянность после окончания учебы в школе, неуверенность в своем выборе и пр., возникает необходимость внешнего воздействия на процесс формирования образа будущей профессии. Очень важными задачами университета здесь являются следующие: развитие у обучающихся положительного отношения к будущей профессиональной деятельности, интереса, склонностей и способностей к ней, развитие стремления совершенствовать свой профессионализм различными инструментами и в процессе обучения и после окончания вуза, помощь в получении положительного первого профессионального опыта (например, в рамках учебных и производственных практик), помощь в оценке своих перспектив по дальнейшему трудоустройству, формирование и укрепление ощущения престижности

сделанного выбора. Все это способствует и тому, что вуз сможет получить «на выходе» более лояльных выпускников, небезразличных к будущей судьбе своей *alma mater*. А, значит, способствующих продвижению университета в восприятии общественностью. Выпускник, который благодарен университету за развитие своих способностей, за помощь в раскрытии своего таланта – это весомый аргумент для новых абитуриентов, повышающий их мотивацию к поступлению и обучению.

Информация окружает современную молодежь с рождения, они привыкли к большим и быстрым потокам информации, они знают, где искать ответы на возникающие у них вопросы. При этом несмотря на то, что большинство молодых людей активно ищут информацию, в том числе для того, чтобы сделать свой выбор обоснованным и утвердиться в нем, это характерно не для всех. Многие современные абитуриенты не обладают навыками критического восприятия окружающей информации, у них отсутствует умение отбирать значимые типы информации, оценивать ее полезность – информации много и в ней легко потеряться. Абитуриенты могут пострадать от условно называемого «парадокса выбора», в котором растущий спектр вариантов осложняет принятие рационального решения. Очевидно, что информация из авторитетных источников будет восприниматься абитуриентами более весомо в процессе отбора [2, с. 116].

И таким авторитетным источником должен стать сам университет, обладающий эффективной информационно-коммуникативной системой. Любой участник каких-либо отношений заинтересован в том, чтобы о нем было сформировано адекватное представление на основе достоверных сведений. В нашем случае вуз заинтересован в том, чтобы его абитуриенты могли быстро получать интересующую их информацию, чтобы она была полной, достоверной и максимально полезной. Чтобы абитуриент, столкнувшись с барьерами на пути поиска ответов на вопросы, не переключал свое внимание на рассмотрение иных вариантов, будучи неудовлетворенным качеством предоставляемой информации уже на этапе ее поиска. Поэтому доступные, открытые, прозрачные каналы коммуникации с предусмотренным широким инструментарием и возможностями для взаимодействия с абитуриентами являются крайне полезным конкурентным преимуществом университета на современном рынке образования.

Литература

1. 30 фактов о современной молодежи: исследование Сбербанка и Validata // Янгспейс. 2017. № 11 [Электронный ресурс] URL: <http://youngspace.ru/faq/sberbank-issledovanie-molodezhi> (дата обращения 24.06.2022).
2. Абдрахманова Л.В., Никонова Э.И. Основные факторы, влияющие на выбор вуза абитуриентом // Вестник экономики, права и социологии. – 2017. – № 3. – С. 113-116.
3. Авакова Э.Б., Кузнецов А.А. Взаимодействие образовательных учреждений и организаций-работодателей в условиях цифровизации // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2021. – № 1. – С. 82-88. DOI 10.51692/1994-3776_2021_1_82.
4. Авакова Э.Б., Покровская Н.Н., Кузнецов А.А. Социологический анализ образования как системы формирования интеллектуального капитала в информационном обществе // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2019. – № 2(116). – С. 123-130.
5. Авакова Э.Б., Бразевич С.С., Кузнецов А.А. Профессиональное самоопределение учащейся молодежи: социологический анализ // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2019. – № 3. – С. 218-221.
6. Вузы отмечают рост числа абитуриентов [Электронный ресурс] URL: <https://ria.ru/20210802/abiturienty-1743915910.html> (дата обращения 21.06.2022).
7. Кузнецов А.А. Ценностные ориентации и практико-ориентированный подход в контексте эффективности образовательного процесса // Современное образование: традиции и инновации. – 2022. – № 1. – С. 26-31. – DOI 10.51623/23132027_122_26.
8. Кулакова А.Б. Поколение Z: теоретический аспект // Вопросы территориального развития. – 2018. – № 2(42). – С. 6. – DOI 10.15838/tdi.2018.2.42.6.
9. Мартышенко Н.С. Формирование образа профессии на пути будущего трудоустройства выпускников

- вузов // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2017. – Т. 6. – № 4(21). – С. 179-183.
10. Паспорт приоритетного проекта «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» [Электронный ресурс] URL: <http://static.government.ru/media/files/8SiLmMBgjAN89vZbUUtmuF5lZYfTvOAG.pdf> (дата обращения: 27.06.2022).
11. Паспорт федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» [Электронный ресурс] URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/chelovecheskiy_kapital/kadry_dlya_cifrovoy_ekonomiki/ (дата обращения 22.06.2022).
12. Постановление Правительства Российской Федерации от 13.05.2021 № 729 «О мерах по реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030» [Электронный ресурс] URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202105210040?index=0&rangeSize=1> (дата обращения 22.06.2022).
13. Потемкин В.К. Самопознание, самопоиск и саморазвитие молодежи в современной России // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2021. – № 4. – С. 61-68. – DOI 10.51692/1994-3776_2021_4_61.
14. Почему школьники ошибаются с выбором вуза, а студенты меняют профессию [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2022/01/19/pochemu-shkolniki-oshibaiutsia-s-vyborom-vuza-a-studenty-meniaiut-professiiu.html> (дата обращения 24.06.2022).
15. Президентская программа подготовки управленческих кадров [Электронный ресурс] URL: <https://www.pprog.ru/> (дата обращения 22.06.2022).
16. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс] URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения: 27.06.2022).
17. Степанова Ю.Б. Успешное трудоустройство в представлениях выпускников образовательных организаций высшего образования (по результатам социологических исследований) // Среднерусский вестник общественных наук. – 2017. – Т. 12. – № 6. – С. 75-83. – DOI 10.22394/2071-2367-2017-12-6-75-83.
18. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы [Электронный ресурс] URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 27.06.2022).
19. Указ Президента РФ от 01.12.2016 N 642 (ред. от 15.03.2021) «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_207967/ (дата обращения 22.06.2022).