

**Соколова М. С.**

*кандидат социологических наук, доцент,  
Академия труда и социальных отношений  
e-mail: mss591@rambler.ru*

**Ефимова М. А.**

*аспирант,  
Академия труда и социальных отношений  
e-mail: mariaipd@yandex.ru*

## **Факторы репутации современного российского вуза и их влияние на формирование ценностей студентов**

*В статье рассматриваются факторы, формирующие репутацию современного российского вуза и их взаимосвязь с формированием ценностных ориентаций студенческой молодежи.*

**Ключевые слова:** *ценностные ориентации, студенческая молодежь, эффективный вуз, репутация вуза.*

**Sokolova M. S.**

*PhD (Sociology), associate professor,  
Academy of Labour and Social Relations*

**Yefimova M. A.**

*postgraduate student of Sociology and management of social processes chair,  
Academy of Labour and Social Relations*

## **Factors reputation of modern Russian high school and their influence on the formation of values of students**

*The article examines the factors shaping the reputation of a modern Russian university and their relationship with the formation of valuable orientations of students.*

**Keywords:** *value orientations, student youth, efficient institution, the reputation of the university.*

Введенное сравнительно недавно понятие эффективного вуза, за которым последовала череда лишений неуспешных вузов лицензий на ведение образовательной деятельности, определяет проблемы определения критериев, параметров и их значений эффективно функцио-

---

нирующего вуза и выделения факторов, оказывающих влияние на высокое место в рейтинге российских вузов. Поставленные государством (федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ) перед высшим образованием задачи в области образования и воспитания существенно повышают требования к функционированию вуза.

Борьба за студентов, разгоревшаяся в вузовской среде в последнее время, ориентирует нас на анализ тех движущих сил, которые мотивируют абитуриентов при выборе того или иного вуза. В последнее время основным источником информации для абитуриентов — будущих студентов являются интернет-источники, социальные сети. Именно при активном общении в интернет-форумах молодежь узнает об активной научной, общественной и творческой студенческой жизни того или иного вуза, интересных стажировках, в том числе и зарубежных, участии в конференциях, конкурсах, смотрах, открывающая студентам-будущим ученым вход в мир технологий будущего. Однако сведения из интернета не всегда помогают сделать правильный выбор. Необходимо ответить на вопрос: «Что является основой выбора абитуриентом и его родителями вуза?» Это, конечно же, известность вуза, находящийся на слуху бренд, известная аббревиатура, или престиж вуза, заработанный многолетним трудом нескольких поколений работников вуза, зачастую связанным с именем и личностью ректора и ведущего преподавательского состава, интересной студенческой жизнью, сотрудничеством вуза с престижными работодателями, обеспечивающим трудоустройство выпускников вуза.

Зависимость от рыночной конъюнктуры, необходимость выживания вуза в кризисные периоды приводят к неравным условиям конкуренции на рынке образовательных услуг, поэтому сравнительно недолгое существование вузов, отсутствие в них научных школ и опыта можно отнести к факторам не успешности вуза, так как при выборе абитуриента интересует, какова история высшего учебного заведения, какие известные государственные деятели (а также науки, производства и культуры) учились в стенах выбранного учебного заведения.

От конкурентоспособности вуза напрямую зависит конкурентоспособность будущего студента на рынке труда, ему немаловажно знать «ценность» полученного диплома для работодателя, т.е. возможность трудоустройства после окончания учебы.

Существенным фактором вуза с высокой репутацией являются формы и методы учебно-воспитательной работы, вопросы взаимоотношений и взаимодействий профессорско-преподавательского состава

ва (ППС) со студентами, традиции студенческого движения, которые передаются из поколения в поколения и становятся «фирменным знаком» учебного заведения. Это и зарекомендовавшие себя студенческие конференции, волонтерские движения, патриотические акции. Суммируясь, факторы успешности вуза формируют репутацию учебного заведения, складывается мнение абитуриентов о данном вузе, позволяющее сделать выбор в пользу вуза с высокой репутацией.

Последнее время мощным фактором репутации вуза, является занимаемое вузом место в различных рейтингах (в зависимости от выбранного критерия). Рейтинги вузов проводятся по различным основаниям: по наибольшему числу выпускников, занимающих руководящие должности в крупнейших компаниях России, по наличию условий для получения качественного образования, по уровню востребованности работодателями выпускников, по уровню научно-исследовательской активности, по стоимости обучения и др.

Так, например, рейтинговое агентство «Эксперт РА»<sup>1</sup> в 2014 году по инициативе и при поддержке фонда «Вольное дело» Олега Дерипаски составило рейтинг вузов России на базе анализа следующих интегральных факторов:

1. Условия для получения качественного образования в вузе (вес = 0,5). Интегральная оценка уровня преподавания (3 критерия), степени международной интеграции (4 критериев), ресурсной обеспеченности вуза (4 критерия) и степени востребованности абитуриентами (3 критерия).

2. Уровень востребованности работодателями выпускников вуза (вес = 0,3). Интегральная оценка качества карьеры выпускников (7 критериев), сотрудничества с работодателями (5 критерия).

3. Уровень научно-исследовательской активности вуза (вес = 0,2). Интегральная оценка инновационной активности (11 критериев), научных достижений (5 критериев) и инновационной инфраструктуры (3 критерия)<sup>2</sup>.

Данные таблицы позволяют увидеть степень развития определенной стороны деятельности вуза, так, МГИМО, занимая 9 место в общем рейтинге, по уровню научно-исследовательской работы находится на 38 месте, а Казанский (Приволжский) федеральный университет и Национальный исследовательский технологический универ-

---

<sup>1</sup> Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://raexpert.ru/>. Дата обращения 09.06.2015.

<sup>2</sup> Там же. Режим доступа [http://raexpert.ru/rankings/vuz/vuz2014/vuz\\_rus\\_2014](http://raexpert.ru/rankings/vuz/vuz2014/vuz_rus_2014).

Таблица 1

Рейтинг вузов России, 2014 г.<sup>3</sup>

Место 2014	Место 2013	Наименование вуза	Рейтинговый функционал	Условия для получения качественного образования, ранг	Уровень востребованности выпускников работодателями, ранг	Уровень научно- исследовательской активности, ранг
1	1	Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова	4.6184	1	2	1
2	2	Московский физико-технический институт (государственный университет)	4.1476	4	3	6
3	3	Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана	4.0364	6	1	14
4	5	Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»	3.9659	9	5	2
5	4	Санкт-Петербургский государственный университет	3.9583	3	19	5
6	6	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»	3.9241	5	8	15
7	7	Национальный исследовательский Томский политехнический университет	3.9034	7	12	4
8	8	Новосибирский национальный исследовательский государственный университет	3.7371	10	10	11
9	11	Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД РФ	3.6664	2	22	38
10	15	Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н.Ельцина	3.4707	24	6	9
11	9	Санкт-Петербургский государственный политехнический университет	3.4685	15	14	7

<sup>3</sup> Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://raexpert.ru/>. Дата обращения 09.06.2015.

Продолжение таблицы 1

12	13	Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ	3.3469	11	11	35
13	14	Национальный исследовательский Томский государственный университет	3.3238	20	21	10
14	10	Национальный исследовательский университет "МЭИ"	3.2885	14	17	22
15	16	Сибирский федеральный университет	3.2387	31	7	12
16	20	Новосибирский государственный технический университет	3.2285	22	13	16
17	12	Финансовый университет при Правительстве РФ	3.2024	12	9	78
18	18	Казанский (Приволжский) федеральный университет	3.1910	16	43	3
19	19	Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»	3.1809	8	68	17
20	17	Российский государственный университет нефти и газа им. И. М. Губкина	3.1375	25	4	31

ситет «МИСиС», имея 43 и 68 места по уровню востребованности выпускников работодателями занимают соответственно 18 и 19 места в общем рейтинге. Очень удивительно узнать из таблицы, что Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана, занимая 1 место по востребованности выпускников, находится лишь на 14 месте по научно-исследовательской активности.

Такой рейтинговый фактор, как стоимость обучения, не всегда связан с успешностью вуза. Стоимость, по всей видимости, определяется брендом вуза, поэтому так видна разница в стоимости получения негосударственного образования по сравнению со стоимостью платного образования в государственных элитных учебных заведениях.

Обобщив вышесказанное, можно допустить, что репутация высшего учебного заведения складывается в основном из факторов успешности вуза, однако есть немало примеров, когда вуз имел высокую репутацию, был узнаваем в определенных кругах, но был неуспешен по многим современным критериям и, тем не менее, сумел сохранить имевшиеся или сформировать новые традиции, бережно отнестись к преподавательскому составу, развивал свою научную школу, аккуратно вписываясь в современные требования.

Суммируя выделенные факторы, можно составить следующую схему, отражающую влияние некоторых составляющих на репутацию вуза (рис.1).



**Рисунок 1. Факторы, оказывающие влияние на репутацию вуза**

Можно проследить прямую зависимость между факторами репутации вуза и ценностными ориентирами абитуриентов при выборе вуза, студентов при выборе профессии и далее выборе работодателя.

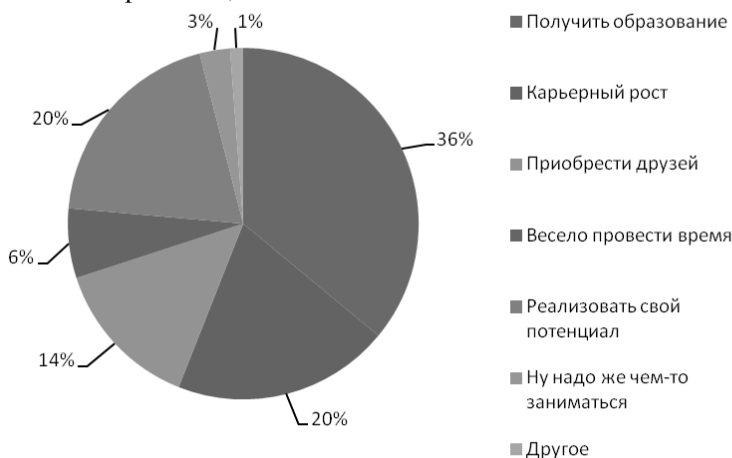
Особое значение на студенческом этапе становления личности молодежи приобретает формирование такой ценности как умение учиться. Поскольку ценностная ориентация – это, по сути, мотивация к действию, труд, как ценностная категория, становится важной составляющей в процессе приобщения студента к потребности трудиться. Студенческое интернет-сообщество упростило себе задачу подготовки исследовательских работ – рефератов, курсовых, дипломов. Этому же способствует и разросшееся массовое коммерческое производство данного продукта, что оказывает прямой вред как самому молодому человеку, формируя нежелание мыслить, анализировать, грамотно излагать мысли, правильно оформлять научный труд, так и системе образования, позволяя вместо того, чтобы способствовать формированию учебных навыков, предлагать за определенную плату студентам готовые курсовые и дипломные работы.

Нельзя не сказать и о такой ценности как нравственная составляющая личности, формированию которой должно способствовать качественное вузовское образование. Часть молодежи уже потеряла уверенность в себе благодаря отсутствию сформированных способностей

самостоятельно достигать материального и духовного благополучия посредством собственных усилий, труда, работоспособности, таланта. Отчасти в этом повинны развращающие разум массовые примеры быстрого обогащения отдельных субъектов в молодежной среде с помощью коррупционных и деликвентных методов.

Примерами такого служения науке и воспитанию могут служить высокопрофессиональные и высоконравственные работники системы высшего образования, которые еще остались в этой системе.

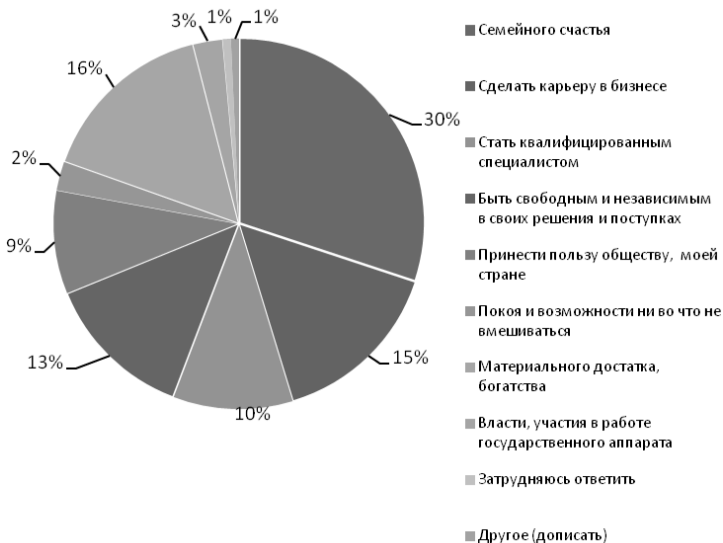
В сентябре 2014 года на базе социально-экономического факультета Академии труда и социальных отношений методом анкетного опроса было проведено социологическое исследование. В опросе принял участие 101 студент 1 курса. Данное социологическое исследование проводилось с целью выявления тенденций формирования ценностных ориентаций современной студенческой молодежи, определения направлений их самореализации.



**Рисунок 2. Распределение ответов респондентов на вопрос, чем является учеба в вузе для них**

Для большинства студентов мотивом обучения в вузе явилось получение образования (36%), возможности карьерного роста в дальнейшей работе (20%), а также реализация своего потенциала (20%).

Диаграмма на рисунке 2 ярко продемонстрировала систему ценностей студентов: после традиционно занимаемой первое место ценности семейного счастья (30%), большинство (41%) указали на материальные ценности, из них о материальном достатке мечтают 16%, хотят сделать карьеру в бизнесе 15%, стать квалифицированным специалистами 10%.



**Рисунок 3. Распределение ответов респондентов на вопрос, чего они хотят добиться в жизни**

Именно эти ценности четко коррелируют с составляющими репутацию вуза: востребованностью специалистов, которых готовит вуз, на рынке труда, активностью вуза в научно-исследовательской сфере, профессионализмом ППС, который может передать свои знания и умения, наличие стажировок, которые позволят студентам расширить свои профессиональные горизонты, интересной студенческой жизнью, которая позволит существенно обогатить внутренний мир молодого человека. Авторитет и харизма ректора будет для студентов примером жизненного служения, а приобщение к имеющему традиции и историю вузу родит в нем чувство патриотизма и приобщения к славному сообществу выпускников вуза.

#### **Используемые источники**

1. Луков Вал.А., Луков Вл.А., Захаров Н.В. Ценностные ориентации российской молодежи в свете теории ценностей // Вестник ОГУ. — 2011. — № 2.
2. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. — Второе издание, доп. и испр. — М.: Институт социологии РАН, 2010.