

ПАРАДОКСАЛЬНЫЙ АБИТУРИЕНТ

Журавлева Варвара Вадимовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

E-mail: Warwara05@rambler.ru

Начиная с 2012 г. студенты кафедры социологии МГЛУ принимают участие в опросах абитуриентов в ходе информационных мероприятий - «дней открытых дверей» вуза (по сплошной выборке ежегодно опрашивается от 1200 до 1500 потенциальных абитуриентов). За эти три года мы смогли выявить как закономерные, очевидные, так, порой, и парадоксальные тенденции.

Гуманитарная направленность нашего вуза предопределяет гендерный состав будущих студентов, юноши составляют не более 20-30% всех посетителей (это же соотношение характерно и для студентов, обучающихся в вузе)

Прежде всего, следует отметить, что *посетители прибывали на мероприятия*, как правило, в составе дружеских и семейных групп: с мамой (бабушкой) - от 26 до 30%; с отцом (дедушкой) - 5-8%; абитуриент с двумя родственниками - 20-26%; вместе с друзьями - 18-23%, что свидетельствует о *большой роли ближайшего окружения* (родственников, друзей) *в выборе абитуриентами*, как *учебного заведения*, так и *факультета, специальности (направления подготовки)*. Самостоятельно университет посещает только каждый пятый абитуриент. Немалое удивление вызывают родители, приходящие без будущего абитуриента (2-6%), по существу, принимающие решения без какого-либо участия самого будущего студента.

Характерная особенность также проявляется и в том, что вопреки ожиданиям, среди посетителей оказываются не только выпускники школ этого года (52-65%) и предшествующих выпусков (2-3%), но и нынешние учащиеся 10-х классов (25-30%) и даже школьники 8 и 9-х классов (5-7%). Что свидетельствует об ориентации определенной части школьников на *заблаговременный выбор вуза и специальности (направления подготовки)*.

Как показали результаты опросов, подавляющее большинство посетителей (свыше 85%) имели намерение поступать в МГЛУ. При этом в качестве основных источников, под влиянием которых у них это желание сформировалось, будущие абитуриенты и их родители называли официальный сайт МГЛУ и другие источники в Интернете, советы родственников, знакомых, рекомендации учителей, студентов и выпускников нашего университета.

И если выбор вуза в основном был предсказуем - ориентация большинства респондентов на его лингвистическую направленность, то с выбором будущей специальности (направления подготовки) дело обстоит не так однозначно. Среди 25 направлений подготовки наибольшей популярностью традиционно пользуются, отнюдь не «фирменные», традиционные: перевод и переводоведение; теория и методика преподавания иностранных языков (на них тоже спрос есть), а популярные среди абитуриентов во всех вузах - международные отношения, зарубежное регионоведение, реклама и связи с общественностью, которые в сочетании с изучением двух иностранных языков открывают большие перспективы, чем просто знание иностранных языков. Хотя в беседах будущие студенты демонстрируют весьма туманные представления о характере своей будущей работы. Сказывается мода на популярные профессии, среди которых далеко не все оказываются востребованными на современном рынке труда. Но будущих студентов на данном этапе это мало заботит: «главное - поступить».

Также стоит отметить, что, чаще всего потенциальные абитуриенты приходят на данные мероприятия не только для получения официальной информации, но наиболее пытливые из них - для того, чтобы непосредственно пообщаться со студентами вуза в неформальной обстановке и узнать всю информацию «из первых рук». Участие студентов-социологов в данных исследованиях позволяет помимо приобретения необходимых навыков проведения полевых исследований также соприкоснуться с парадоксами сознания наших младших коллег.