

СОЦИОЛОГИЯ

УДК 316.444

EDN DJSHDU

DOI: 10.17072/2949-5601-2026-2-9-24



Лысенко Олег Владиславович,

кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры культурологии и социально-гуманитарных технологий
Пермский государственный национальный исследовательский университет
614068, Россия, Пермь, ул. Букирева 15

oleg-lysenko@yandex.ru

SPIN-код: 1429-7480

Янов Данил Владиславович,

магистрант направления «Политология»,
инженер кафедры культурологии и социально-гуманитарных технологий
Пермский государственный национальный исследовательский университет
614068, г. Пермь, ул. Букирева, 15

daniyanov96@gmail.com

ПЕРВОКУРСНИК: ПОЧЕМУ ОН ПОСТУПИЛ, КАК ВЫБИРАЛ И ЧТО ЕГО К НАМ «ПРИМАНИЛО»? (НА ПРИМЕРЕ ФИЛОСОФСКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА ПГНИУ)

Статья посвящена проблемам мотивации получения высшего образования у первокурсников регионального университета. Актуальность этой темы обусловлена потребностью вузов участвовать в конкурентной борьбе за абитуриентов с другими городами и вузами. В работе акцент сделан на иерархии приоритетов при выборе места обучения: что является для абитуриента главным – город, вуз, факультет или образовательная программа, а также как этот выбор связан с полом и типом населенного пункта, из которого прибыл студент. Эмпирической базой исследования выступили результаты опроса студентов 1 курса очной формы обучения философско-социологического факультета ПГНИУ (бакалавриат и специалитет), проведенного в 2022–2025 гг. Выявлено, что наиболее типичный студент – девушка из Перми, ориентированная на образовательную программу. Мотивы личностного развития и прагматические мотивы являются ключевыми для получения высшего образования. Иерархия приоритетов поступления абитуриентов не сводится к одному фактору, а выстраивается многоуровнево, тем самым отражая «матрешку приоритетов». Наивысшим притяжением обладают два полюса «матрешки»: город и образовательная программа. На основе полученных данных предложены практические рекомендации для привлечения абитуриентов: продвижение программ (а не факультета), развитие социальных сетей как «точки входа» в жизнь факультета, выездные мероприятия в малые города с участием студентов-земляков и ориентация на запросы студентов из крупных городов при создании комфортной среды.

Ключевые слова: высшее образование, мотивы поступления, образовательная миграция, первокурсники, Пермь, ФСФ ПГНИУ

Ссылка для цитирования: Лысенко О.В., Янов Д.В. Первокурсник: почему он поступил, как выбирал и что его к нам «приманило»? (на примере философско-социологического факультета ПГНИУ) // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. – 2026. – № 2(17). – С. 9–24. <http://dx.doi.org/10.17072/2949-5601-2026-2-9-24> EDN DJSHDU



Oleg V. Lysenko,

PhD in Sociology, Associate professor
Associate professor of the Department of Cultural Studies and Social
and Humanitarian Technologies
Perm State University
15 Bukireva St., Perm, Russia, 614068
oleg-lysenko@yandex.ru
SPIN-code: 1429-7480

Danil V. Yanov,

Master's degree student in Political Science,
senior laboratory assistant at the Department
of Cultural Studies and Social and Humanitarian Technologies
Perm State University
15 Bukireva St., Perm, Russia, 614068
danilyanov96@gmail.com

FIRST-YEAR STUDENT: WHY HE ENROLLED, HOW HE CHOSE, AND WHAT “ATTRACTED” HIM TO US? (ON THE EXAMPLE OF THE FACULTY OF PHILOSOPHY AND SOCIOLOGY OF PSU)

The article examines the problems of motivation for obtaining higher education among first-year students at a regional university. The relevance of this topic stems from the need for universities to compete for applicants with other cities and institutions. The paper focuses on the hierarchy of priorities when choosing a place of study: what is the main factor for an applicant – the city, the university, the faculty, or the educational program – and how this choice is related to the applicant's gender and the type of locality they come from. The empirical basis of the study consists of survey results from full-time first-year students (bachelor's and specialist programs) of the Faculty of Philosophy and Sociology of PSU, conducted in 2022–2025. The findings show that the most typical student is a female from Perm who is oriented toward the educational program. Personal development motives and pragmatic reasons are key to pursuing higher education. The hierarchy of applicants' enrollment priorities is not reducible to a single factor but is built on multiple levels, thus forming a “nesting doll of priorities.” The two poles of this “nesting doll” – the city and the educational program – have the strongest attraction. Based on the data obtained, practical recommendations for attracting applicants are proposed: promoting programs (rather than the faculty), developing social media as an “entry point” into faculty life, organizing outreach events in small towns with the participation of fellow students from those towns, and focusing on the needs of students from large cities when creating a supportive environment.

Keywords: higher education, motives for enrollment, educational migration, first-year student, Perm, FSF PSU

For citation: Lysenko O.V., Yanov D.V. [First-year student: why he enrolled, how he chose, and what “attracted” him to us? (on the example of the faculty of philosophy and sociology of PSU)] *Social'nye i humanitarnye nauki: teoriya i praktika* [Social Sciences and Humanities: Theory and Practice], 2026, issue 2(17), pp. 9–24 (In Russian), <http://dx.doi.org/10.17072/2949-5601-2026-2-9-24>, EDN DJSHDU

Введение

В условиях демографического спада и обострения конкуренции между вузами за абитуриентов понимание мотивов поступления и факторов выбора образовательной программы становится критически важным для выстраивания эффективной стратегии привлечения студентов. Особую значимость эти вопросы приобретают для региональных университетов, которые вынуждены конкурировать друг с другом и с вузами крупнейших городов, аккумулирующими наиболее мотивированных студентов. Изучению мотивов выбора вуза и направления подготовки посвящен ряд современных исследований [1; 6; 7; 8].

Вместе с тем остаются недостаточно изученными вопросы иерархии приоритетов при выборе места обучения: что именно абитуриент ставит во главу угла – город, вуз, факультет или программу обучения? Как эта иерархия связана с полом и типом населенного пункта, из которого прибыл студент? Какова роль факультета в сознании поступающих – является ли он значимым фактором выбора? На какие источники информации ориентируется абитуриент при выборе места обучения?

Для ответов на эти вопросы на протяжении 2022–2025 гг. по заказу деканата философско-социологического факультета ПГНИУ проводились опросы студентов 1 курса очной формы обучения бакалавриата и специалитета. Метод сбора данных – анкетирование в аудиториях в онлайн-формате в присутствии интервьюера (метод выборки – сплошной). Опрос проводился в начале каждого учебного года, когда воспоминания о событиях и переживаниях, связанных с поступлением, еще свежи. Общее количество опрошенных за 4 года составило 546 человек из 691 первокурсника, числящихся на факультете. Статистическая погрешность выборки составляет $\pm 2,1\%$. Сразу скажем, что в ответах респондентов никакой особой динамики по годам не выявлено, поэтому в дальнейший анализ эти корреляции не включены. В таблице 1 представлена информация о выборке по годам.

Таблица 1. Количество опрошенных первокурсников ФСФ ПГНИУ

Год поступления	Мужчины		Женщины		Всего респондентов (выборка)		Генеральная совокупность (всего первокурсников на момент опроса)
	абс., чел	% по строке от выборки	абс., чел	% по строке от выборки	абс., чел	% по строке от генеральной совокупности	абс., чел
2022	19	18,8	82	81,2	101	63,9	158
2023	25	20,8	95	79,2	120	80,5	149
2024	20	13,2	132	86,8	152	81,7	186
2025	23	14	141	86	173	87,4	198
Всего	87	16,2	450	83,8	546	79	691

Кто поступает на ФСФ: социально-демографический портрет студентов

Большая часть студентов ФСФ (83,8 %) – представительницы женского пола (табл. 1). Превосходство девушек сохраняется и в разрезе учебных групп, где всегда преобладают девушки. Наиболее «мужским» (условно) направлением является лишь философия, куда поступило 28,7 % от всех молодых людей, опрошенных за 4 года. На остальные направления они поступают еще реже.

Опрос показывает, что факультет привлекает в основном абитуриентов из Перми (55 %) и других территорий Пермского края (34,9 %). Только 10 % поступивших за 4 года на ФСФ студентов проживали ранее на территории других регионов России. Среди студентов-юношей из Пермского края доля городского населения выше, чем среди девушек. 61,6 % от всех юношей до поступления проживали в Перми (среди девушек – 54 %), в малых

и средних городах края проживало 25,6 % юношей (против 21,1 % девушек), а в сельской местности края только 4,6 % юношей (против 14,7 % девушек). Это согласуется с данными, приведенными в работе Д.Л. Константиновского «Неравенство и образование...», где при сходном социальном статусе (замеряемом через статус родителей) в сельской местности девушки чаще ориентированы на вуз, чем юноши, тогда как последние тем чаще отдают свое предпочтение университетам, чем крупнее населенный пункт, в котором они проживали до поступления [3]. Самыми популярными образовательными направлениями для жителей Перми являются дизайн, культурология и философия – доля пермяков, поступивших на эти направления, выше среднего по факультету. Самым же привлекательным направлением для иногородних студентов оказалось направление «искусства и гуманитарные науки» – ½ студентов направления приехали из иных территорий Пермского края, коренные пермяки и жители других регионов составляют примерно по четверти от общего состава.

Ввиду малой доли студентов из других регионов в дальнейшем анализе была применена новая переменная «тип населенных пунктов», полученная путем перекодировки данных о исходных населенных пунктах студентов. Переменная включает в себя 3 типа населенных пунктов: крупные города (они же региональные столицы), средние и малые города, сельская местность. В основу выделенных типов населенных пунктов положена типология социально-экономического пространства России, предложенная Н.В. Зубаревич в рамках концепции «4-х России» [2; 12], согласно которой российское общество неоднородно и может быть типизировано на несколько кластеров, различающихся по структуре экономики, уровню доходов и миграционному поведению населения. Результаты опроса (таблица 2) показывают, что факультет в основном привлекает выходцев из «России 1», т. е. из наиболее урбанизированных, постиндустриальных территорий, а самая многочисленная группа студентов – девушки из крупных городов.

Таблица 2. Частотное распределение студентов по типам населенных пунктов

До поступления в вуз Вы проживали:	Пол, % от всех опрошенных		Всего, % по столбцу
	Мужчины	Женщины	
Крупные города	10,3	47,4	57,6
Средние и малые города	4,9	21,1	25,5
Сельская местность	0,9	15,3	16,7
Другое		0,2	0,2

Мотивы и приоритеты поступления

Далее рассмотрим мотивы студентов получения высшего образования, а также выбора конкретного вуза и факультета.

Прежде всего, рассмотрим иерархию мотивов получения высшего образования (таблица 3). По содержанию их можно объединить в 3 группы:

- мотивы личного развития («в целях саморазвития»; «чтобы иметь возможность заниматься потом интересным делом», «чтобы иметь возможность потом заниматься наукой»);

- прагматические мотивы («чтобы иметь возможность получить потом высокооплачиваемую работу»; «чтобы иметь возможность сделать карьеру, стать начальником»; «возможность переехать в другой город»; «чтобы найти себе хорошего супруга (супругу) создать семью»)

- конформистские мотивы («чтобы общаться во время обучения с нормальными, приятными мне людьми», «это престижно»; «желание родителей, родственников», «чтобы избежать службы в армии», «потому что все мои друзья поступили в вузы»).

Мотивы личностного развития среди студентов лидируют. Общая частота мотивов личностного развития составляет 132 % от числа ответов (респонденты могли сделать несколько выборов). Ключевыми мотивами получения высшего образования являются саморазвитие (62 % – 1 ранг) и получение доступа к интересной работе в будущем (58,8 % – 3 ранг).

Прагматические мотивы также важны. Общая частота их выбора составляет 101,5 %, а мотив «получение высокого дохода» – 59 % (2 ранг). Также значимы мотивы карьеры (23,8 %) и возможности переехать в другой город (14,7 %).

Конформистские мотивы в сумме занимают третье место – 64,2 % выборов. Причем самым важным среди них является желание иметь комфортное социальное окружение («возможность общаться с приятными людьми» – 21 %, 5 ранг).

Иными словами, чаще всего абитуриенты движимы мотивами личного развития в сочетании с изрядной долей прагматики (заработок), а также некоторой долей конформизма (жить в окружении себе подобных).

Юноши чаще склонны говорить о мотивах самореализации. Интересно, что юноши чаще говорят не только о желании заниматься наукой, что традиционно, но и о желании завести семью, а девушки чаще выбирают высшее образование исходя из прагматичных мотивов карьеры и высокого дохода – явные последствия женской эмансипации.

Сопоставляя мотивы поступления в вуз с типом населенного пункта проживания респондентов, можно заметить корреляцию: чем крупнее исходный населенный пункт, тем сильнее роль мотивов саморазвития и интересной работы, а чем населенный пункт меньше, тем выше значение мотивов дохода и престижа высшего образования. Это также согласуется с выводами Д.Л. Константиновского [3; 4] и Ю.Ф. Флоринской [9]. Первый считает, что чем выше статус родительской семьи и степень урбанизации малой родины абитуриентов, тем чаще встречается ориентация абитуриентов на саморазвитие, а вторая отмечает, что выходцы из малых городов и сел чаще руководствуются прагматическими мотивами и экономическими факторами, тогда как для жителей крупных городов важнее самореализация и интересная работа. Можно вновь вспомнить и концепцию «4-х России» Н.В. Зубаревич [2; 12]: жители «первой России» ориентированы на личностный рост и самореализацию, а представители «второй и третьей России» демонстрируют более прагматичные установки. Наше исследование подтверждает эти тезисы частично. Действительно, первокурсники чаще выбирают мотивы саморазвития, но и прагматические мотивы отмечаются ими нередко, намного чаще, чем этого можно было бы ожидать, исходя из доли выходцев из «России 1» среди студентов.

Таблица 3. Сопряженность мотивов высшего образования студентов с типом населенных пунктов их проживания до поступления в вуз и полом

Укажите основные причины, по которым Вы в целом приняли решение получать высшее образование? (до 3-х ответов) % по столбцу	Ранг мотива	Пол		Тип населенного пункта			Всего
		Мужчины	Женщины	Крупные города	Средние и малые города	Сельская местность	
Мотивы личностного развития, всего		163,3	151,7	162,1	146	131,9	132,4
<i>в том числе:</i>							
• в целях саморазвития	1	64,4	61,8	63,4	61,9	57,1	62,1
• чтобы иметь возможность заниматься потом интересным делом	3	55,2	59,3	62,1	56,8	49,5	58,8
• чтобы иметь возможность потом заниматься наукой	9	18,4	10,2	11,8	12,9	7,7	11,5
Прагматические мотивы, всего		109	122,4	103,5	148,2	136,3	101,5
<i>в том числе:</i>							
• чтобы иметь возможность получить потом высокооплачиваемую работу	2	51,7	61,1	55,4	63,3	67	59,3
• чтобы иметь возможность сделать карьеру, стать начальником	4	17,2	24,7	20,7	29,5	25,3	23,8
• возможность переехать в другой город	8	12,6	14,9	6,7	29,5	18,7	14,7
• чтобы найти себе хорошего супруга (супругу), создать семью	13	10,3	2,4	4,5	3,6	1,1	3,7
Конформистские мотивы, всего		35,6	22,4	26,1	23	19,8	64,2
<i>в том числе:</i>							
• чтобы общаться во время обучения с нормальными, приятными мне людьми	5	25,3	20,4	24,8	14,4	17,6	20,9
• это престижно	6	17,2	19,3	16,2	22,3	24,2	19
• желание родителей, родственников	7	11,5	17,1	16,2	16,5	15,4	16,1
• чтобы избежать службы в армии	12	20,7	2	5,4	5,8	1,1	4,9
• потому что все мои друзья поступили в вузы	14	3,4	3,3	4,5	0,7	3,3	3,3
Иное			0,9	1	0,7		0,7

После того, как абитуриент из всех возможных путей после окончания школы (колледжа) выбрал поступление в вуз, перед ним встает вопрос: «Куда поступать?». И, вопреки кажущейся простоте данного вопроса, его решение представляет собой некую «матрешку», включающую в себя выбор города, в котором находится вуз, сам вуз, факультет и образовательное направление.

В опросах 2022 и 2023 гг. респондентам предлагалось выбрать приоритетность вуза и образовательной программы. В этом случае более половины студентов (53 %) сказали, что эти варианты для них были равнозначны при поступлении. На образовательные программы ориентировалась треть студентов, а на приоритетность вуза указали 7,3 % опрошенных.

В 2024 году первокурсникам уже предлагалось проранжировать приоритет между 3 переменными: город, вуз и образовательная программа. В итоге удалось выяснить, что половина опрошенных ориентируются на образовательную программу, еще треть выбирают

город поступления и только около 15 % респондентов отдадут приоритет вузу, в котором будут учиться.

В 2025 году с целью проверить гипотезу о том, что абитуриенты при поступлении не обращают внимание на связь факультетов с образовательными программами, в вопрос была добавлена еще одна переменная – факультет (таблица 4). Гипотеза подтвердилась – большинство студентов при поступлении на факультет не ориентированы. Только 7,5 % опрошенных выбрали факультет как приоритетный элемент их стратегии поступления. Таким образом, мы можем говорить, что факультет является (в сознании абитуриентов) некой незримой, а потому незначимой «прослойкой» между образовательной программой и вузом. И если бы условное направление «графический дизайн» структурно находилось бы, скажем, на химическом факультете, то студенты поступали бы на химический факультет. В дальнейшем было бы интересно проверить этот тезис и на других факультетах.

Таблица 4. Сопряжение проранжированного списка приоритетов 2025 года с полом и местом проживания студентов до поступления в вуз

При принятии решения о поступлении в вуз, что Вы выбирали в первую очередь, а что в последнюю: город, вуз, факультет или программу подготовки? % по столбцу		Пол		Тип населенного пункта			Всего	Среднее значение по 4-балльной шкале
		Мужчины	Женщины	Крупные города	Средние и малые города	Сельская местность		
Пермь	1 место	63	35,6	41,3	32,7	46,9	39,9	2,12
	2 место	18,5	28,1	22,8	28,6	34,4	26,6	
	3 место	3,7	17,8	16,3	18,4	9,4	15,6	
	4 место	14,8	18,5	19,6	20,4	9,4	17,9	
ПГНИУ	1 место	14,8	11	12	10,2	12,5	11,6	2,49
	2 место	48,1	38,4	38	34,7	53,1	39,9	
	3 место	25,9	39	38	42,9	25	37	
	4 место	11,1	11,6	12	12,2	9,4	11,6	
ФСФ	1 место	3,7	8,2	7,6	8,2	6,3	7,5	3,11
	2 место	14,8	17,8	20,7	18,4	6,3	17,3	
	3 место	51,9	28,1	28,3	24,5	53,1	31,8	
	4 место	29,6	45,9	43,5	49	34,4	43,4	
Программа	1 место	18,5	45,2	39,1	49	34,4	41	2,29
	2 место	18,5	15,8	18,5	18,4	6,3	16,2	
	3 место	18,5	15,1	17,4	14,3	12,5	15,6	
	4 место	44,4	24	25	18,4	46,9	27,2	

Судя по данным последнего года, общая иерархия приоритетов для абитуриентов выглядит так: «образовательная программа – Пермь – вуз – факультет». На высокое место города повлияли ответы коренных пермяков, для которых, судя по всему, важно остаться в Перми.

Сравнение данных в разрезе гендерных подвыборок в опросах 2022–2023 гг., когда предлагалось оценить приоритеты между вузом и программой, выявило только одно

отличие: мужчины в 2 раза чаще ориентируются на вуз, чем женщины (11,4 % против 6,3 %). 3-вариантный вопрос 2024 года показал, что приоритетность вуза и Перми значимее среди юношей, а для девушек важнее образовательная программа (в 2 раза). В 4-вариантном вопросе 2025 года картина практически не поменялась: юноши чаще выбирают Пермь и вуз (последний – с маленьким отрывом), девушки – программу и факультет.

Сравнение ответов выходцев из населенных пунктов разного типа в 2022–2023 гг. не показали значимых разрывов: и вуз, и программу чаще выбирают студенты из сел, жители средних и малых городов чаще всего отмечали, что вуз и образовательная программа важны в равной мере. В 2024 году студенты, ориентированные на образовательную программу, ранжировали свои приоритеты «от меньшего к большему»: «программа – вуз – город», студенты, ориентированные на Пермь, – от «большого к меньшему»: «город – вуз – программа», а первокурсники, выбирающие в первую очередь вуз, выстраивали ранжирование нелинейно: «вуз – город – программа». В 2025 году сопряженность почти не поменялась. Единственным значимым изменением стало то, что жители крупных городов чаще (по сравнению с 2024 годом) стали в качестве первого приоритета выбирать Пермь, поэтому доля студентов из крупных городов, ориентированных на образовательную программу, и доля студентов, ориентированных на Пермь, почти сравнялись.

В целом по результатам опроса можно говорить, что наиболее привлекательны для абитуриентов образовательные программы, дающие желаемую профессию, и большой город, в нашем случае Пермь, как желанное место жительства. Факультет и вуз обладают значительно меньшим притяжением. Причем юноши чаще тяготеют к верхним уровням иерархии (город и вуз), а девушки – к нижним (факультет и образовательная программа). Мы связываем это, во-первых, с мотивами получения высшего образования, где женщины представляют собой транзакционно-трансформационную группу (т. е. ориентируются сперва на прагматические мотивы, а после на мотивы личностного развития – термин взят из работы Г. Гардмана и В. Фишмана [10]), а мужчины – трансформационно-транзакционную (сперва ориентируются на личностные мотивы развития, а затем на прагматические). Во-вторых, мы предполагаем, что в основании этого различия лежит разная логика достижения успеха: у женщин – традиционная, в рамках которой успех достигается постепенно (получить образование, устроиться на работу и выстраивать карьеру), а у мужчин – авантюрная, в рамках которой успех приходит к тем, кто находится в гуще событий и не упускает возможности. И в этом плане город-миллионер является местом, такие возможности порождающим.

Если рассматривать данные приоритеты как цель абитуриентов, а поступление на высшее образование как инструмент ее реализации, то можно предположить, что студенты, ориентированные на образовательную программу, имеют больший шанс закончить университет, т. к. их ключевая цель – получение конкретной профессии, тогда как абитуриенты, ориентированные на город (напомним, чаще всего это жители малых городов и сельской местности), с момента поступления уже достигли своей цели, а значит, этот мотив утрачивает актуальность. То же самое можно сказать и о студентах, ориентовавшихся при поступлении на вуз. К тому же они могут рассчитывать, например, на переход на другую

специальность и другой факультет. Однако пока это гипотеза, нуждающаяся в дальнейшей проверке.

Данное распределение приоритетов хорошо объясняется в рамках концепции «экспансии высшего образования» Д.Л. Константиновского и Е.С. Поповой [5], согласно которой высшее образование в России перестало быть элитной привилегией и превратилось в массовую социальную норму – «образовательный императив». Как следствие, для абитуриентов ключевое значение приобретает не сам вуз, а факт получения диплома и, соответственно, образовательная программа как прямой инструмент достижения этой цели. Это объясняет, почему частота упоминаний ориентации на вуз уступает частоте упоминаний ориентации на программу. При этом для жителей сельской местности на первый план выходят не программа и не вуз, а город, т. к. переезд в крупный центр уже является частью стратегии достижения успеха. Таким образом, «экспансия высшего образования» снижает значимость институциональных различий между вузами и факультетами, фокусируя внимание абитуриентов либо на содержании будущего обучения, либо на «проживании в центре» как гаранте будущих возможностей.

При ответе на вопрос, почему первокурсники выбрали ПГНИУ из всех остальных вузов (таблица 5), респонденты чаще всего отвечают, что сюда можно было поступить с выбранными предметами ЕГЭ, – так ответили 53 % респондентов за все 4 года (популярность этого ответа позволяет предположить, что значительная часть школьников сперва выбирают предметы ЕГЭ и только после, исходя из своего выбора, рассматривают варианты поступления). Еще треть студентов сказала о престижности классического университета по сравнению с другими вузами.

В кросс-табличном распределении по гендеру также наблюдаются различия в ответах: юношей чаще привлекает престиж университета и увлекательность учебного процесса, а девушки чаще поступают в рамках негативного отбора («в другие вузы не получилось поступить»).

В разрезе типов исходных населенных пунктов заметна прямая зависимость: чем меньше населенный пункт, тем чаще абитуриент ориентируется на престиж вуза и мнение других людей (особенно тех, кто работает или учится в этом вузе). Это показывает, что образовательная миграция из сельской местности сопутствует цепной миграции, определяемой как «процесс, который зависит от небольшого числа мигрантов-пионеров, которые селятся на новом месте; настраивается процесс обратной связи от пункта назначения до пункта отправления, обеспечивающий более высокий, чем ожидалось, уровень миграции в районы этих пионеров» [12]. Жителям крупных городов важнее преподавательский состав вуза, а жителям малых и средних городов особенно важна близость к своему родному городу. Можно предположить, что мотив близости к своему населенному пункту у данной группы первокурсников проистекает из потребности в материальной и эмоциональной поддержке со стороны родственников в процессе миграции. Житель малого и среднего города, выбирая конечную точку миграции, пользуется максимально безопасной стратегией, которая позволит ему в случае неудач «отступить» и восстановить ресурсы, ибо понимает, что при возможных затруднениях (в первую очередь материальных) помощь родственников затруднена, и у него нет поддержки в виде

сообщества земляков, как у жителей сел (согласно цепной миграции). Данная стратегия минимизации рисков согласуется с исследованием Ю.Ф. Флоринской [9], которое показывает, что основной миграционный сценарий молодежи из малых городов связан с получением высшего образования в крупных городах зачастую без реальной перспективы возвращения на малую родину; в таких условиях выбор «безопасной» траектории становится рациональной стратегией, позволяющей легко использовать ресурсы семьи для преодоления трудностей в период адаптации.

Таблица 5 Сопряжение мотивов выбора ПГНИУ с полом и типом исходных населенных пунктов студентов

Почему Вы выбрали при поступлении именно ПГНИУ? (до 3-х ответов), % по столбцу	Пол		Тип населенного пункта			Всего
	Мужчины	Женщины	Крупные города	Средние и малые города	Сельская местность	
Он был самый престижный из всех других вузов, которые я рассматривал(а) при поступлении	41,9	32,7	31,6	35	40	34
Только здесь дают ту профессию, которая меня интересовал(а)	29,1	24,8	27,1	20,4	25,6	25
Здесь было интереснее учиться, чем в других вузах	36	23	25,2	21,9	28,9	24,9
Здесь работают очень хорошие преподаватели, о которых я знал, слышал о них	18,6	13,5	17,4	8,8	10	14,1
Здесь учатся/работают мои знакомые, знакомые моей семьи	27,9	24,3	24,8	20,4	33,3	25
Мне так посоветовали другие люди	14	14,9	13,2	15,3	17,8	14,7
Сданные мною ЕГЭ подходили для поступления сюда	53,5	52,3	51	55,5	56,7	52,9
В другие вузы не получилось поступить	12,8	28,8	27,4	27,7	23,3	26,9
Он близок к моему месту проживания*	9,3	12,6	11	19	8,9	12,6
Другое	2,3	2,9	1,9	5,1	3,3	3

Еще одним интересным моментом можно назвать то, что приоритет выбора первокурсниками ПГНИУ чаще всего строится на престиже, наличии знакомых в данном университете и подходящих для поступления ЕГЭ.

При выборе образовательной программы (таблица 6) студенты чаще ориентировались на сданные ЕГЭ, будущую профессию, которую они освоят в рамках этой программы, и надежду, что на этой программе будет интереснее учиться, чем на других. Примерно в 2 раза реже они говорят о наличии бюджетных мест, как о мотиве выбора.

В ответах мужчин и женщин разница практически не заметна. Зато в разрезе типов исходных населенных пунктов студентов видно: чем больше населенный пункт, тем чаще можно встретить студентов, заинтересованных в интересной учебе и хороших преподавателях. Наоборот, чем меньше населенный пункт, тем чаще студенты при выборе программы ориентировались на свои предметы ЕГЭ и наличие бюджетных мест.

* Вариант ответа «Он близок к моему месту проживания» отсутствовал до 2024 года.

Таблица 6. Сопряжение мотивов выбора образовательной программы с полом и типом исходных населенных пунктов студентов

Почему Вы выбрали при поступлении именно ту программу обучения, по которой Вы сейчас учитесь? (до 3-х ответов), % по столбцу	Пол		Тип населенного пункта			Всего
	Мужчины	Женщины	Крупные города	Средние и малые города	Сельская местность	
Она была самой престижной из всех программ, которые я рассматривал(а) при поступлении	21,4	16,2	18	15,1	15,4	16,8
Только здесь дают ту профессию, которая меня интересовал(а)	45,2	41,8	42,1	41,7	41,8	41,8
Здесь было интереснее учиться, чем на других программах	42,9	40,2	41,2	39,6	35,2	40
Здесь работают очень хорошие преподаватели, о которых я знал, слышал о них	10,7	7,8	9	7,9	4,4	8,1
Здесь учатся/работают мои знакомые, знакомые моей семьи	7,1	5,1	5,5	3,6	7,7	5,3
Мне так посоветовали другие люди	4,8	6	6,8	2,9	7,7	5,9
Сданные мною ЕГЭ подходили для поступления сюда	47,6	47,1	44,7	48,9	56	47,5
В другие вузы не получилось поступить	11,9	14,9	15,1	15,1	14,3	14,9
Он близок к моему месту проживания*	15,5	11,1	12,5	13,7	6,6	11,8
Здесь легче учиться	3,6	6,4	5,8	6,5	8,8	6,4
Были бюджетные места	21,4	23,1	21,2	26,6	29,7	23,9
Затрудняюсь ответить	6	2,7	3,2	3,6	2,2	3,1
Иное	11,9	9,1	9	10,8	8,8	9,4

Как абитуриенты получают информацию, необходимую для поступления?

Как видно из таблицы 7, чаще всего абитуриенты впервые узнают об образовательной программе, на которую в дальнейшем поступят, с сайта университета. Так ответило 43 % опрошенных. Правда, когда именно это происходит: перед выбором экзаменов ЕГЭ или после, или вообще в начале приемной комиссии – это отдельный вопрос, требующий дополнительного исследования. Вторым по значимости источником первичной информации являются сайты, рекламирующие образовательные программы.

При попытке типизировать варианты ответа можно говорить о 2 разновидностях источников информации:

- (1) те, на которые вуз может повлиять – сайт вуза, мероприятия для абитуриентов, печатная продукция вуза и его подразделений;
- (2) те, на которые вуз не может повлиять – информация в интернете и личные контакты первокурсников.

И девушки, и юноши чаще всего узнают об образовательном направлении с сайта ПГНИУ. Но вторые по значимости источники у них разные: юноши чаще узнавали о своей программе подготовки из других интернет-источников (в первую очередь, агрегаторов), а девушки – от своего социального окружения (родственников, друзей, учителей). Мероприятия и печатную продукцию вуза в качестве первого источника информации о своей образовательной программе чаще указывают городские жители. Также жители крупных

* Вариант ответа «Он близок к моему месту проживания» отсутствовал до 2024 года.

городов и сельской местности чаще жителей средних и малых городов первые сведения о будущей программе подготовки получили от представителей своего социального круга, что в случае с сельскими жителями вполне объясняются цепной миграцией [11], тогда как высокий процент первичной информации столичных жителей можно объяснить тем, что выбор места учебы для них скорее – это выбор комфортной и интересной среды.

Таблица 7. Сопряжение источников первичной информации об образовательной программе с полом и типом исходных населенных пунктов студентов

Откуда Вы впервые узнали об образовательном направлении, по которому Вы сейчас учитесь? (один ответ), % по столбцу	Пол		Тип населенного пункта			Всего
	Мужчины	Женщины	Крупные города	Средние и малые города	Сельская местность	
Сайт ПГНИУ	48,8	42,1	43,1	46,	39,6	43,1
Мероприятия и печатная продукция вуза	6	9,7	9,6	10,9	5,5	9,3
При посещении выставок, посвященных образованию	1,2	1,1	0,6	2,2	1,1	1,1
На мероприятиях для абитуриентов, проводимых вузом	2,4	3,1	3,5	2,2	3,3	3,1
На мероприятиях для абитуриентов, проводимых факультетом/кафедрой	2,4	2,2	3,2	1,5		2,2
Из рекламы и сообщений в СМИ		0,2			1,1	0,2
От представителей ПГНИУ, выступавших в школе		1,6	1,3	2,2		1,3
Из печатных буклетов вуза, факультета, кафедры		1,1	1	1,5		0,9
Увидел на информационных стендах и рекламных плакатах в школе		0,4		1,5		0,4
Информация в интернете	21,4	17,5	13,8	24,1	23,1	18
С сайтов, рекламирующих образовательные программы разных вузов	19	13,9	12,5	16,8	18,7	14,6
Из постов и сообщений в социальных сетях	2,4	3,6	1,3	7,3	4,4	3,3
Личные контакты	15,6	22,1	23,8	12,4	23,1	20,7
От школьных учителей, иных педагогов	1,2	4,5	3,5	2,9	6,6	3,9
От родителей, родственников, их знакомых	4,8	6,3	7,4	2,2	6,6	5,9
От друзей и знакомых в школе	1,2	4,3	4,8	2,2	2,2	3,7
От друзей и знакомых, с которыми общались вне школы	6	2,7	4,2	1,5	3,3	3,3
От студентов, обучающихся или обучавшихся ранее по этой программе	2,4	4,3	3,9	3,6	4,4	3,9
Иное	7,1	6,5	6,8	5,1	6,6	6,5
Затрудняюсь ответить	1,2	2,2	2,9	1,5	2,2	2,4

Самыми же полезными источниками информации (таблица 7) первокурсники называли сайт университета (83,9 %), на втором месте – социальные сети – 40,6 %, третье место с примерно равной частотой занимают сайты, рекламирующие образовательные программы, а также студенты вуза и родственники. Девушки чаще молодых людей считают полезной информацию, полученную из социальных сетей, тогда как мужчины почти в 2 раза чаще такой считают информацию от педагогов.

Если типизировать варианты ответов о полезных источниках информации в той же логике, что варианты ответов о первичных источниках информации, то картина частично

сходится: при лидерстве сайта вуза как самом полезном источнике информации жители малых/средних городов чаще полагаются на информацию из интернета, жители столиц и сельской местности – на знания своего социального круга. Однако, если мужчины чаще впервые узнают об образовательной программе из интернета, то женщины чаще ей пользуются и доверяют. Жители сельской местности, которым общение с представителями вуза менее доступно, чем жителям городов, чаще остальных ценят информацию, полученную таким путем.

Таблица 8. Сопряжение полезных источников информации с полом и типом исходных населенных пунктов студентов

Какие источники информации были наиболее полезны Вам при окончательном выборе вуза и образовательного направления при поступлении? (до 3-х ответов), % по столбцу	Пол		Тип населенного пункта			Всего
	Мужчины	Женщины	Крупные города	Средние и малые города	Сельская местность	
Сайт ПГНИУ	87,2	83,4	82,8	88,4	80,2	83,9
Мероприятия и печатная продукция вуза	32,6	30,6	30,4	31,2	36,3	8,1
Выставки, посвященные образованию	3,5	4,5	4,2	5,1	5,5	4,6
Мероприятия для абитуриентов, проводимые вузом и факультетом, кафедрой	10,5	11,2	11,7	11,6	9,9	11,3
Реклама и сообщения в СМИ	3,5	2,7	1,9	3,6	4,4	2,8
Представители ПГНИУ, выступавшие в школе	8,1	7,2	6,8	5,8	13,2	7,6
Печатные буклеты вуза, факультета, кафедры	5,8	4,7	5,2	5,1	3,3	4,8
Информационные стенды и рекламные плакаты в школе	1,2	0,2	0,6			0,4
Информация в интернете	72,1	82,9	74,4	94,2	87,9	19,1
Группа «Абитуриент ФСФ» в ВК	14	16,9	15,2	21	16,5	16,9
Сайты, рекламирующие образовательные программы разных вузов	27,9	23,4	22	27,5	28,6	24,4
Информация в социальных сетях	30,2	42,7	37,2	45,7	42,9	40,6
Личные контакты	75,6	73,3	76,1	66,7	71,4	20,7
Школьные учителя, иные педагоги	9,3	5,6	6,5	5,8	5,5	6,1
Родители, родственники, их знакомые	22,1	20,4	22,3	18,1	17,6	20,4
Друзья и знакомые в школе	15,1	17,3	16,5	16,7	18,7	16,9
Друзья и знакомые, с которыми общались вне школы	11,6	7,9	9,4	6,5	6,6	8,3
Студенты, обучающихся или обучавшихся ранее в этом вузе	17,4	22	21,4	19,6	23,1	21,1
Иное	1,2	2,7	3,2	1,4	1,1	2,4
Затрудняюсь ответить	1,2	2	2,6	1,4	1,1	2

Если говорить о контактной работе с абитуриентами подробнее, то примерно 2/3 поступивших на ФСФ первокурсников за 2023–2025 гг. посещали мероприятия ПГНИУ для абитуриентов, и примерно 1/3 – мероприятия факультета. В разрезе годов можно говорить, что все большее количество абитуриентов не посещают мероприятия вуза и его подразделений. Мужчины чаще девушек игнорируют подобные мероприятия в целом, как и жители средних/малых городов по сравнению с жителями крупных городов (особенно мероприятия факультета: чем меньше тип исходного населенного пункта первокурсника, тем реже он их посещал). Среди мероприятий вуза и факультета чаще всего называются дни открытых дверей ПГНИУ (31,5 %) и факультета (26,1 %).

Выводы

Резюмируя данные, полученные в ходе опроса, можно сконструировать 4 социокультурных портрета поступивших студентов, один из которых будет наиболее распространенным, а три остальных – охватывать почти всех остальных студентов, обучающихся сейчас на факультете.

Итак, **наиболее типичным студентом ФСФ** на сегодняшний день является девушка из Перми, ориентированная в первую очередь на конкретную образовательную программу, ценящая интересную учебу и хороших преподавателей, наличие которых она обязательно отметит при выборе вуза. При этом такой типичный студент перед поступлением был наиболее активным посетителем мероприятий для абитуриентов.

Второй по распространенности типаж – девушка из малого или среднего города Пермского края, для которой высшее образование – в первую очередь инструмент получения высокооплачиваемой работы и возможности переехать в Пермь. При выборе вуза ей особа важна близость к дому. Она реже посещала мероприятия для абитуриентов, чаще полагаясь при выборе программы обучения на интернет-источники. Она ценит переезд в город Пермь почти так же сильно, как и программу, на которой учится.

Третий по распространенности типаж – девушка из села, для которой главный мотив получения образования – возможность в дальнейшем хорошо зарабатывать. Для нее поступление в вуз – это, прежде всего, возможность переехать в большой город. Она ценит личные рекомендации знакомых и представителей вуза. При выборе программы ключевую роль играют подходящие ЕГЭ и наличие бюджетных мест.

И еще один типичный, хотя и менее распространенный типаж студента – молодой человек, чаще всего проживавший до поступления в Перми или другом крупном городе. Для него важны престиж вуза, престиж образовательной программы и интересный учебный процесс. При выборе места обучения чаще ориентируется на Пермь, реже – на программу обучения. Информацию о вузе и программе получает в интернете, может прислушаться к мнению знакомых, но мероприятия посещает нечасто.

Сложившийся социально-демографический состав и социокультурные установки студенчества ФСФ можно воспринимать по-разному, либо как недостаток, требующий исправления, либо как факультетскую специфику, от которой можно отталкиваться при построении стратегии привлечения новых абитуриентов. Первый вариант маловероятен, поскольку изменение господствующих в российском обществе стереотипов о гуманитарных и социальных специальностях как о «женских» и «непрагматичных» требует слишком больших ресурсов и выходит за пределы возможностей и факультета, и вуза. При избрании второго сценария, и с учетом полученных в ходе исследования данных, можно предложить следующие принципы для дальнейшей работы с абитуриентами.

- **Продвижение образовательных программ, а не факультета.** Около половины абитуриентов ориентируются именно на программу подготовки, тогда как факультет значим лишь для 7,5 % опрошенных. Чтобы быть успешными, рекламные материалы должны делать акцент на содержании программ, а не на названии факультета.

- **Развитие социальных сетей как «точки входа» в факультет и университет.** Социальные сети и мессенджеры давно стали одним из основных источников

распространения информации в России. Однако, в связи с нехваткой ресурсов, аккаунты университетских подразделений часто представляют собой отчетность о мероприятиях, мало понятных и интересных абитуриенту. Мы считаем, что в социальных сетях факультеты и кафедры должны рассказывать о быте студентов и сотрудников, т. е. чаще представлять их в «естественной среде обитания», показывать их как живых людей со своими уникальными чертами, интересами, а порой и страхами. Кроме того, соцсети должны формировать представление об обучении на факультете как о комфортной среде. Такой подход повышает доверие и будет полезен как для абитуриентов, так и для студенчества в целом.

- **Организация выездных мероприятий для абитуриентов в сельскую местность и малые города с привлечением студентов – выходцев из этих территорий.** Выездные мероприятия сотрудников вуза – самый распространенный метод агитации, но из-за ограниченных ресурсов они проводятся в первую очередь в черте города, где находится университет. Наиболее же эффективны они в сельской местности. Поэтому мы предлагаем ориентировать их на молодежь села, а конкретные населенные пункты выбирать исходя из наличия студентов, приехавших оттуда, и привлекать этих студентов к проведению мероприятий. Это позволит охватить ту часть потенциальных абитуриентов, которая реже всего посещает мероприятия в университете, а привлеченные студенты станут примером для сельских школьников, показывая успешный опыт переезда и учебы, что особенно важно для данной аудитории.

- **Ориентация на мнение студентов из крупных городов при создании комфортной среды на факультете.** Именно эта целевая группа чаще всего выражает запрос на комфорт при выборе вуза и программы. Улучшение реальных условий обучения и быта должно опираться на их ожидания, поскольку они же являются важным каналом передачи информации о вузе через личные контакты.

Эти принципы работы могут быть использованы и другими факультетами при работе со своими абитуриентами.

Библиографический список

1. Диннер И.В. Изменения в предпочтениях абитуриентов при выборе вузов: сравнительный анализ с 2018 по 2024 г. // Вестник Тюменского государственного университета. 2025. Т. 11, № 2. С. 6–18. DOI: 10.21684/2411-7897-2025-11-2-6-18 EDN: VEICVR
2. Зубаревич Н.В. Четыре России // Ведомости. 2011. 30 декабря. URL: https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2011/12/30/chetyre_rossii (дата обращения: 15.04.2026).
3. Константиновский Д.Л. Неравенство и образование. Опыт социологических исследований жизненного старта российской молодежи (1960-е годы – начало 2000-х). М.: ЦСП, 2008. 551 с. ISBN 978-5-98299-007-6 EDN: QOIYTX
4. Константиновский Д.Л. От эмпирики к смыслам, от смыслов к осмыслению // Вопросы образования. 2012. № 4. С. 11–21. DOI: 10.17323/1814-9545-2012-4-11-21 EDN: PVJFPJ
5. Константиновский Д.Л., Попова Е.С. Молодежь, рынок труда и экспансия высшего образования // Социологические исследования. 2015. № 11. С. 37–48. EDN: VBZYRV
6. Макарова М.Н. Образовательные стратегии как фактор мобильности молодежи (на примере малых и средних городов Свердловской области) // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2025. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnye-strategii-kak-faktor-mobilnosti-molodezhi-na-primere-malyh-i-srednih-gorodov-sverdlovskoy-oblasti> (дата обращения: 14.05.2026).

7. Придатченко М.В., Ситникова И.В. Выбор вуза и направления подготовки студентами факультета социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского: цели, ценности, мотивы // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2025. № 3(79). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vybor-vuza-i-napravleniya-podgotovki-studentami-fakulteta-sotsialnyh-nauk-nngu-im-n-i-lobachevskogo-tseli-tsennosti-motivy> (дата обращения: 03.05.2026). DOI: 10.52452/18115942_2025_3_160 EDN: IEZILE
8. Тихомиров Л.А., Румянцев Ю.В. Выбор регионального университета: мотивы, ожидания и адаптация первокурсников // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2026. Т. 32, № 1. С. 67–74. DOI: 10.34216/2073-1426-2026-32-1-67-74 EDN: LPELCQ
9. Флоринская Ю.Ф. Выпускники школ из малых городов России: образовательные и миграционные стратегии // Проблемы прогнозирования. 2017. № 1. С. 114–124. DOI: 10.1134/S1075700717010038 EDN: YOATCP
10. Fischman W., Gardner H. The Real World of College: What Higher Education Is and What It Can Be. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2022. 400 p. DOI: 10.7551/mitpress/13652.001.0001
11. Oxford Reference // Chain migration. Oxford University Press. URL: <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803095600557> (дата обращения: 02.05.2026).
12. Zubarevich N.V. Four Russias: Human Potential and Social Differentiation of Russian Regions and Cities // Russia 2025: Scenarios for the Russian Future / ed. by M. Lipman, N. Petrov. London: Palgrave Macmillan, 2013. P. 65–95.