

Шамардина Любовь
стажер-исследователь МНУЛ ИАЭР

Научный руководитель: **Прахов Илья**
младший научный сотрудник МНУЛ ИАЭР

Влияние индивидуальных характеристик абитуриента, семейных и школьных факторов на информированность при поступлении и учёт различных источников информации

Аннотация

На основе данных онлайн-опроса первокурсников очной формы обучения было проанализировано, как российские абитуриенты ищут необходимую информацию при поступлении в вузы страны и от каких социально-демографических факторов зависит активность использования различных ресурсов. Поиск информации рассматривается на разных уровнях: учитывается (1) информация, которую абитуриенты ищут перед выбором вуза, и (2) источники, к которым они обращаются. Девушки активнее юношей интересуются образовательными программами в университетах. Школьная успеваемость положительно связана с активностью поиска информации об образовательной программе, процессе приема и финансовых особенностях университета. Она имеет положительную связь с использованием невербальных источников информации. Уровень образования родителей и семейный доход значимы и имеют положительную связь с уровнем информированности обо всех характеристиках вуза (образовательных программах, процессе приема и финансовых характеристиках). Кроме того, социально-экономический статус абитуриента положительно связан с использованием различных источников информации. Культурный капитал семьи положительно связан с активностью сбора информации и обращения к различным информационным источникам в процессе выбора вуза. Уровень общей осведомленности, в частности, об образовательной программе и процессе поступления в университет, выше, если кандидат окончил школу с особым статусом (гимназию, лицей и др.). Абитуриенты из таких школ используют все источники информации, в частности, невербальные, активнее выпускников общеобразовательных школ. Кандидаты из специализированных классов, как правило, лучше осведомлены обо всех характеристиках вуза. Они активнее используют все источники информации, в частности, вербальные (общение с другими людьми). Респонденты из городской местности больше, чем сельские жители, информированы об образовательной программе в университете. Они также чаще прибегают к вербальным источникам информации.

Введение

Вопрос доступности высшего образования является довольно обсуждаемым в научном сообществе. Предполагалось, что с введением унифицированной экзаменационной системы (ЕГЭ) новые институциональные условия, в которых снизятся затраты на подготовку к поступлению в вуз и значительно сократятся транзакционные издержки (связанные с подачей документов), абитуриенты (в частности, из менее обеспеченных семей) получат больше возможностей доступа к высшему образованию.

Однако на деле остаются издержки, связанные с выбором вуза, в который выпускник школы будет поступать. Различный уровень социального и культурного капитала может определять различную величину издержек поиска и анализа информации в процессе выбора вуза.

Кроме того, существует часть потока абитуриентов, для которых важно просто попасть в высшее учебное заведение (например, чтобы получить «корочку» или по иным причинам). Есть также и те, кому важно качество высшего образования. В таком случае, стратегии выбора вуза в целом и стратегии информационного поиска в частности не будут одинаковыми.

Различные категории людей ищут разную информацию, а также используют различные информационные источники. В данной работе акцент сделан на том, как различные образовательные стратегии абитуриентов связаны с индивидуальными, семейными и школьными характеристиками. Какие социальные группы оказываются наиболее информированными, когда дело доходит до выбора вуза для получения высшего образования? Какие группы абитуриентов менее информированы?

Недостаток информации создает сложности для абитуриента при выборе вуза. Использование различных источников информации и ориентация на конкретные показатели позволяет снизить информационную асимметрию, возникающую между вузами и абитуриентами. С одной стороны, поиск информации – это важный процесс при выборе вуза. Однако под влиянием различных факторов (недостаток социального капитала) разные семьи ищут информацию по-разному, прибегая к различным информационным ресурсам и т.п. В результате это может привести к неоптимальному выбору высшего учебного заведения.

В статье будет дан ответ на вопрос, каким образом индивидуальные характеристики абитуриента (пол, школьная успеваемость), семейные (уровень дохода, уровень образования родителей и др.) и школьные (тип школы, тип класса и др.) факторы влияют на учёт различных источников информации и уровень информированности будущего студента при выборе вуза.

На основе анализа зарубежной литературы, посвящённой изучению данного вопроса, можно выдвинуть следующие гипотезы: во-первых, информированность и учёт различных источников информации статистически значимо связаны с полом респондента – девушки ищут необходимые сведения о вузах активнее юношей (Lewis, Morrison, 1975; Moogan, 2011); во-вторых, степень активности информационного поиска зависит от социально-экономического статуса абитуриента (Paulsen, 1990; Hemsley-Brown, 1999; Menon et al., 2007; Bonnema, Van der Waladt, 2008); в-третьих, вид школы оказывает непосредственное влияние на информационный поиск в процессе выбора вуза (Connor et al., 1999; Bonnema, Van der Waladt, 2008). Кроме того, в ходе работы мы проверили гипотезы о том, что школьная успеваемость положительно связана с уровнем усилий по поиску информации, а также что тип населенного пункта, в котором обучался респондент, значимо связан с активностью сбора интересующих абитуриента сведений.

На основе данных, полученных в ходе опроса юношей и девушек, имеющих возможность поступать в учреждения высшего профессионального образования в 2011-2012 годах, мы рассмотрим, как российские абитуриенты ищут необходимую информацию при поступлении в вузы страны.

В рамках исследования были разработаны индексы, характеризующие уровень приложенных усилий по поиску информации и степень их информированности по основным аспектам обучения в высшем учебном заведении. В ходе анализа данных была найдена статистически значимая взаимосвязь между различными характеристиками абитуриентов и их окружения и средними значениями разработанных индексов.

В разделе 2 мы рассмотрим основные результаты исследований зарубежных и отечественных авторов. Раздел 3 будет посвящён методологии исследования практики использования абитуриентами различных источников информации при поступлении в высшее учебное заведение. В разделах 4 и 5 мы опишем выборку исследования и получим результаты анализа данных декабрьского онлайн-опроса 2011 года. Раздел 6 посвящен выводам исследования.

Гипотеза о том, что информированность и учёт различных источников информации статистически значимо связаны с полом респондента, подтвердилась частично: в отношении степени общей информированности респондентов о вузах (что, скорее всего, связано со степенью информированности об учебных характеристиках вуза). Школьная успеваемость положительно связана с приложением усилий по поиску информации. Кроме того, степень активности информационного поиска статистически значимо положительно связана с СЭС абитуриента. Показатель количества книг дома (как индикатор культурного капитала семьи) также положительно связан со степенью

активности сбора информации в процессе выбора вуза. Важным результатом стало то, что вид школы и наличие специализации взаимосвязаны с информационным поиском. Однако гипотеза о значимой связи типа населенного пункта, в котором обучался респондент, с активностью поиска нужных сведений подтвердилась лишь частично.

2. Факторы, влияющие на процесс информационного поиска

Процесс поиска информации, связанной с выбором, как правило, является основным компонентом большинства моделей потребительского поведения (см., например, Newman, 1977). Обычно объемы информационного поиска из внешних источников оцениваются такими показателями, как количество информационных источников, используемых при принятии решения, количество типов запрашиваемой информации, количество рассматриваемых альтернатив, а также время, затраченное на принятие решения о покупке (Beatty, Smith, 1987).

В ходе исследования (Beatty, Smith, 1987) были сделаны некоторые важные выводы. Во-первых, потребители склонны более активно искать информацию при покупке продуктов, при потреблении которых результат не может быть однозначно определен (т.е. продуктов, при потреблении которых существует вероятность столкнуться с экономическими и другими рисками). По своей природе, к образованию нельзя прикоснуться, его нельзя попробовать заранее. В целом, оно нематериально, гетерогенно и требует одновременно производства и потребления. Потребители обычно связывают подобную неосязаемость с высоким уровнем риска.

Потребители (покупатели) высшего образования (абитуриенты и их родители) зачастую делают свой выбор, находясь в условиях ограниченной информированности. Образование представляет собой доверительное благо: абитуриент обладает менее достоверной и полной информацией, поиск которой связан с ненулевыми издержками; кроме того, потенциальный студент не может оценить качество предлагаемых услуг как до непосредственной их оплаты, так даже и после.

Процесс накопления знаний и получения образования довольно неосязаем, он существенно зависит от людей, предоставляющих эти услуги (сотрудников факультета, профессоров, в какой-то степени и выпускников вуза), в связи с чем судить и адекватно оценивать качество высшего образования становится невероятно сложно (Yost, Tucker, 1995). Таким образом, нематериальность мешает взаимодействию вузов и абитуриентов. Следовательно, процесс принятия решения потребителями происходит в условиях асимметрии информации между абитуриентами и вузами и находится под влиянием косвенных механизмов оценки.

Конечный продукт, который студент получит на выходе, зависит не только от самого вуза (хотя университетом определяется многое), но и от самого студента, усилий, которые он затрачивает в процессе обучения, его способностей и других факторов (Eagle, Brennan, 2007). Таким образом, было бы некорректно рассматривать абитуриента как немного (наивного) упрощенного покупателя обычного блага. Скорее, он предстает информированным (в определенной степени) покупателем в сложном и продолжительном процессе «сопроизводства» блага (то есть конечное благо сформируется благодаря усилиям как со стороны вуза, так и со стороны студента) с неизвестными результатами.

Существует тезис, что рынок высшего образования будет успешно и эффективно функционировать только в том случае, если студенты хорошо информированы и имеют адекватное представление о соответствующих университетах и программах, которые те предлагают. Если абитуриенты хорошо информированы и имеют полное и четкое представление о высших учебных заведениях, они имеют возможность поступить в университет, в котором их склонности и академические способности наилучшим образом смогут раскрыться. Делая более осознанный выбор на основе своих приоритетов, студенты будут больше заинтересованы и мотивированы в процессе обучения. Данные обстоятельства способны оказывать положительное влияние на внешний облик университета, а также на атмосферу внутри коллектива преподавателей и учащихся.

В научной литературе описывается, как правило, существование трех основных типов моделей перехода «школа-вуз» (обзор моделей дан в Прахов, 2010). Это социологические, экономические и смешанные (сочетающие в себе оба предыдущих подхода) модели.

В экономических моделях вопрос определения факторов, влияющих на поиск информации, не выделяется отдельно: рассматривается лишь концепция, исходя из которой индивид принимает решения, руководствуясь сравнением выгод и издержек различных альтернатив. Однако в моделях смешанного типа выбор вуза сам по себе является многоступенчатым процессом, на который оказывают влияние как социальные характеристики абитуриента (выбор индивида определяется под влиянием определённых социальных групп, а также зависит от норм и ценностей, характерных для его окружения), так и финансовые факторы (в рамках данных моделей выбор делается, исходя из сравнения суммарных выгод и суммарных издержек, связанных с конкретными альтернативами). В таких моделях поиск информации выделяется в отдельный этап, благодаря чему можно сконцентрироваться на влиянии различных социально-демографических характеристик на поведение индивида.

Многие модели, описывающие образовательные стратегии абитуриентов, обычно делят процесс выбора университета на три основных этапа, а именно: предрасположенность (склонность), поиск и выбор (Hossler, Gallagher, 1987). Поведение будущих студентов на стадии поиска может значительно варьироваться по степени глубины, прилагаемых усилий и основательности подхода к процессу сбора и анализа информации.

Стадия поиска информации важна не только для абитуриентов, но и для самих вузов, поскольку именно на этом этапе происходит максимально возможный обмен информацией между вузами и потенциальными студентами. Поэтому необходимо иметь адекватное представление о том, как будущие студенты предпочитают получать информацию.

Некоторые исследователи замечают, что различия во времени и природе информационного поиска зависят от пола абитуриента. В работе Льюиса и Моррисона (Lewis, Morrison, 1975) рассматривались абитуриенты из шести средних школ Питтсбурга (частных и государственных). По результатам данного исследования можно сказать, что девушки начинают и заканчивают процесс поиска информации раньше, чем юноши. К тому же они рассылают большее количество запросов о предоставлении интересующей их информации (Lewis, Morrison, 1975, p.41; Moogan, 2011).

Стоит заметить, что количество научных работ, полностью посвящённых теме зависимости информационного поиска от социально-демографических характеристик абитуриента, не столь велико. В связи с этим можно особо отметить две работы М. Менон (Menon, 2004; Menon et al., 2007).

В ходе опроса студентам надо было указать: количество вузов, которые посетили студенты до выбора одного из них; количество вузов, о которых они искали дополнительную информацию; количество времени, которое студенты потратили на принятие данного решения.

С помощью логистического регрессионного анализа были определены характеристики, положительно связанные со склонностью к поиску информации: высокий социально-экономический статус студентов, восприятие данного решения как особо важного, наличие определённой информации до решения о получении высшего образования.

Однако стоит отметить, что по данным исследования 2004 года (основанном на анализе информации, собранной в 98/99 учебном году), с помощью похожей модели было показано, что студенты с низким социально-экономическим статусом оказались более склонными к поиску информации. Возможным объяснением может быть то, что для

студентов с низким социально-экономическим статусом ошибочное решение в выборе колледжа было связано с большими финансовыми рисками, поэтому они характеризовались более рациональным подходом к принятию решения.

Представляет интерес не только связь различных характеристик на информационный поиск абитуриента в целом, но и то, как в зарубежных и отечественных исследованиях отмечается влияние этих характеристик на разных уровнях информационного поиска: (1) на информацию, которую абитуриенты ищут перед выбором вуза, и (2) источники, к которым они обращаются.

Если применительно к России говорить о влиянии различных факторов на информационный поиск, то можно отметить, что существуют различия в образовательных стратегиях городских и сельских выпускников. Главным сдерживающим барьером в получении высшего образования выпускниками выступают разные ресурсы городских и сельских семей (Глебова, 2005). Это создает также и неравенство в самооценке выпускниками городских и сельских школ, что оказывает влияние на их успеваемость, довузовскую подготовку и, в конечном итоге, на возможность поступления в вуз. Можно сказать, что у жителей больших городов существуют некоторые конкурентные преимущества по части подготовки к поступлению. Иными словами, для родителей существует возможность отдать своего ребенка в более сильную школу, найти хороших репетиторов, записаться на эффективные подготовительные курсы.

Данное предположение подтверждается в уже упоминавшейся работе российских исследователей (Ваганова и др., 2007). В отношении **информации, которую абитуриенты ищут перед выбором вуза**, можно сказать, что в целом сельские школьники и их родители демонстрируют более низкий уровень информированности как о возможных стратегиях поведения на рынке высшего образования (формах вступительных и досрочных экзаменов, существующих льготах, видах подготовки), так и о требованиях на вступительных экзаменах.

Если говорить об **источниках** информации, то стоит отметить, что в исследовании Галотти и Марка (Galotti, Mark, 1994) были найдены подтверждения наличия связи между полом абитуриента и предпочитаемыми типами ресурсов информации. Девушки чаще обращались за советом к родителям или своим одноклассникам, в то время как юноши чаще предпочитали прислушиваться к мнению репетиторов (р. 598). Кроме того, девушки более склонны спрашивать студентов колледжей, а юноши больше доверяют советникам по вопросам высшего образования (Lewis, Morrison, 1975, p.40).

Все студенты полагаются на персонал в школах и колледжах, который помогает им разобраться в потоке информации, но студенты из среднего класса были особенно хорошо

информированы (причем они имели большую поддержку от друзей и членов семьи). Студенты из рабочего класса, как правило, полагаются больше на школы и сам колледжи (как источники необходимой информации), получая сведения в рамках посещения учебных заведений и презентаций представителей вузов (Hemsley-Brown, 1999).

Бурдье выделил три основных типа культурного капитала: «институциональный», который выражается главным образом в обладании дипломом вуза; «усвоенный», заключающийся прежде всего в знании культурных традиций и форм, особенно те, которые индивид получает на ранних этапах семейной социализации; а также «материализованный», проявляющийся в обладании конкретными объектами, имеющими культурную ценность (Bourdieu, 1986).

Более высокий культурный капитал семьи (измеряемый, к примеру, через уровень полученного образования родителями) способствует образовательным успехам детей, в том числе, опосредованно, например, через культурные образцы (семейная библиотека, способы проведения досуга – Matějů, Peschar, 1990).

Кроме того, как правило, более высокий уровень человеческого капитала родителей дополняется их финансовым капиталом, что расширяет возможности для образования детей (платное обучение, дополнительные развивающие программы, покупка книг и т.п.).

Ряд зарубежных исследователей отмечают, что абитуриенты с более высоким уровнем образования родителей больше доверяют мнению своих родителей, нежели ориентируются на советы школьных советников. Они склонны изучать рекламные проспекты, посещать кампусы, общаться с представителями приёмной комиссии и выпускниками данного учебного заведения (Paulsen, 1990, p. 54). Абитуриенты из менее образованных семей, наоборот, обращают больше внимания на рекомендации школьных советников (Gilmour et al., 1978; Litten, 1982).

Студенты из тех слоев, где другие члены семьи не поступали в университет, сталкивались с большими трудностями при получении информации, чётких рекомендаций и надлежащего руководства (Moogan, 2011).

В рамках исследования Галотти и Марка (Galotti, Mark, 1994) анализировались образовательные стратегии выпускников пригородных и частных школ юго-восточной части штата Миннесоты. И снова были сделаны выводы, что степень активного использования таких информационных источников, как родители и руководители, положительно зависит от уровня родительского образования (p. 597).

Влияние уровня образования родителей на процесс информационного поиска в ходе выбора вуза отмечается и в ряде отечественных исследований. Согласно

российскому исследованию Вагановой, Зотовой и Матвеевой (2007), наиболее активной группой в поиске информации являются дети из семей специалистов с высшим образованием. Они в равной мере используют все имеющиеся у них каналы информации, но степень привлечения разных источников тоже невысока: приёмные комиссии (25%), рекламные буклеты вузов (26%), СМИ (20%), встречи с преподавателями в вузах (23%). Остальные социальные склонны к обращению к одному или двум наиболее предпочтительным источникам.

Школы представляют собой немаловажный фактор, определяющий образовательные стратегии абитуриентов (Рощина, 2011). Школьные характеристики могут оказывать влияние на процесс поиска информации абитуриентом. Интересный факт обнаружили Коннор и соавт. (Connor et al., 1999): учащиеся частных школ (сюда скорее входят абитуриенты из хорошо обеспеченных семей) в среднем обращались к большему количеству источников информации, чем учащиеся общеобразовательных школ. Кроме того, данное исследование заключает, что профессиональные карьерные советники и родители оказывали значительное влияние на выбор университета. Однако для тех, кто имел большую нацеленность на получение высшего образования, большее влияние оказывали школьные учителя; для тех, кто изначально был против или не уверен в решении получать высшее образование, более влиятельными оказались школьные консультанты и родители.

Важными источниками информации для потенциальных студентов высших учебных заведений признаются средства массовой информации, социальные и прямые источники (Goff et al., 2004). Исследование показало, что средства массовой информации или реклама не всегда являются значимыми, но социальные источники, устная информация или прямые источники (то есть информация, предоставляемая самим учебным заведением, но не посредством рекламы через средства массовой информации) бывают предпочтительнее для абитуриентов (Bonnema, Van der Walddt, 2008).

На основе результатов, полученных зарубежными и отечественными исследователями в работах, посвященных тематике исследования, для анализа данных опроса 2011 года были выдвинуты похожие гипотезы. Они представлены ниже:

H1: информированность и учёт различных источников информации статистически значимо связаны с полом респондента: **девушки** ищут необходимые сведения о вузах **активнее юношей**;

H2: школьная успеваемость положительно связана с приложением усилий по поиску информации: **чем лучше** учился в школе респондент, **тем активнее** он/она ищет информацию перед поступлением в вуз;

Н3: степень активности информационного поиска статистически значимо положительно связана с СЭС абитуриента: **чем выше уровень образования родителей, а также чем выше уровень благосостояния, тем больше информации** ищет абитуриент перед поступлением и использует **большее количество информационных источников;**

Н4: вид школы взаимосвязан с информационным поиском абитуриента: **абитуриенты из школ со специальным статусом** (гимназий, лицеев, центров образования и др.) при выборе вуза **ищут информацию активнее**, чем абитуриенты из обычных общеобразовательных школ;

Н5: наличие специализации класса связано с информированностью в процессе выбора вуза: абитуриенты из классов, **имеющих специализацию**, ищут **больше информации** перед поступлением и используют **большее количество информационных источников;**

Н6: тип населенного пункта, в котором обучался респондент, значимо связан с активностью поиска нужных сведений: **абитуриенты из крупных городов** ищут необходимые сведения о вузах **активнее** абитуриентов из сельской местности.

3. Данные и методология исследования

Степень вовлечённости абитуриента в информационный поиск может определяться различными факторами, например, социально-демографическими, а именно: полом, уровнем дохода (материальным положением), уровнем образования родителей и другими факторами. В части исследования, посвященной практическим расчетам и анализу данных, будет рассмотрено, как социально-демографические характеристики абитуриента влияют на учёт различных источников информации и уровень информированности будущего студента при выборе вуза.

В декабре 2011 года был проведен онлайн-опрос имеющих возможность поступать в учреждения высшего профессионального образования в 2011-2012 годах. Для опроса использовалась интернет-панель респондентов, предоставленная компанией ОМІ¹.

Опрашивались:

- учащиеся в 11 классах или на последнем году обучения начального и среднего профессионального образования (далее НПО и СПО);
- закончившие среднее общее образование (далее СОО), НПО или СПО в 2009 - 2010 гг.;

¹ Данная компания соблюдает Принципы и правила Европейского общества по изучению общественного мнения и маркетингу (ESOMAR) о проведении международных исследований, а также панель данной компании была награждена сертификатом качества по результатам независимого аудита онлайн панели ОМІ компанией Mktg. Inc. (США) (<http://www.omirussia.ru/ru/analytics/downloads/>)

- учащиеся на 1 курсе в вузе.

Критериями отбора респондентов выступали:

- возраст: от 16 лет до 21года
- округ проживания: пропорционально количеству молодежи данного возраста в данном округе было опрошено 4004 человека из 81 субъекта РФ.

Для исследования процесса информационного поиска в рамках выбора высшего учебного заведения из массива полученных в ходе опроса данных были отобраны ответы респондентов-первокурсников. Для этого к базе данных был применен фильтр, включающий следующие условия:

- 1) респондент окончил школу на территории РФ;
- 2) респондент обучается в высшем учебном заведении;
- 3) респондент обучается на очной форме обучения (на бюджетной или коммерческой основе).

Отвечая на вопросы, первокурсники должны были указать, какой информацией о вузе они обладали на момент поступления, а также отметить среди предложенных те информационные источники, которыми они пользовались для принятия окончательного решения о выборе образовательного учреждения. Варианты, предлагаемые респондентам, располагались не в едином порядке, а рандомизированно. Вопросы и возможные варианты ответов представлены ниже.

Какой информацией о вузе, в который Вы поступили, Вы обладали в момент подачи документов? Отметьте все подходящие ответы.

- факультеты и специальности подготовки студентов
- формы обучения (очная, заочная)
- наличие платных мест обучения
- наличие бюджетных (бесплатных) мест обучения
- примерная учебная нагрузка на студентов
- перспективы трудоустройства и средняя заработная плата выпускников
- экзамены, которые нужно сдавать при поступлении
- проходные баллы и конкурс среди поступающих (в прошлые годы)
- олимпиады и возможность «зачета» олимпиадных баллов
- стоимость обучения в вузе
- наличие и условия получения скидок по оплате обучения
- размер и условия получения стипендий
- наличие программ образовательного кредитования

Какие источники информации Вы использовали при выборе вуза? Отметьте все подходящие ответы.

- общение с учащимися вузов
- общение с преподавателями вузов
- общение с друзьями, знакомыми
- советы родителей одноклассников, сверстников
- советы школьных учителей
- доски объявлений в школах
- статьи, аналитические материалы
- сайты учебных заведений
- образовательные порталы
- общение с работниками приемной комиссии в вузе
- реклама вуза в СМИ, в транспорте, наружная реклама
- доски объявлений в вузах

На основе ответов респондентов были созданы индексы, характеризующие уровень приложенных усилий по поиску информации. Индексы были взвешены пропорционально распространенности соответствующих ответов – информации или информационных источников, используемых в процессе выбора вуза. Пусть количество характеристик, рассматриваемых для составления индекса – N , а количество характеристик, которые из них отметил респондент – M . Тогда составленный на основе данной информации индекс можно записать в следующем виде:

$$I = \sum_{j=1}^N \alpha X_j,$$

где X_j – характеристика, входящая в индекс,

α_j – соответствующий вес, который равен 0 в случае, если респондент не выбрал данный вариант ответа.

Таким образом, каждый индекс может принимать значения от 0 (респонденты абсолютно не информированы / не используют никакие источники информации) до 1 (респонденты максимально информированы / используют все предложенные источники информации). Другими словами, значение индекса, равное 0, соответствует ситуации, когда респондент не отметил из интересующих нас характеристик ни одной, а значение, равное 1, иллюстрирует случай, когда респондент отметил все интересующие нас характеристики.

Мы создали различные показатели для анализа двух различных сторон поиска информации. Часть из них (A-D), относится к уровню осведомленности о различных

аспектах при выборе университета. Другая часть (E-G) относится к рассмотрению различных источников информации при выборе высшего учебного заведения (Таблица 1).

Таблица 1. Описание индексов, характеризующих степень приложенных усилий по поиску информации перед поступлением в вуз.

Индекс	Описание индекса	Характеристики, рассматриваемые для составления индекса
A	Степень информированности о характеристиках учебной программы вуза	<ol style="list-style-type: none"> 1) факультеты и специальности подготовки студентов 2) формы обучения (очная, заочная) 3) примерная учебная нагрузка на студентов 4) экзамены, которые нужно сдавать при поступлении
B	Степень информированности о поступлении в вуз	<ol style="list-style-type: none"> 1) проходные баллы и конкурс среди поступающих (в прошлые годы) 2) олимпиады и возможность «зачета» олимпиадных баллов
C	Степень информированности о финансовых особенностях вуза	<ol style="list-style-type: none"> 1) наличие платных мест обучения 2) наличие бюджетных (бесплатных) мест обучения 3) перспективы трудоустройства и средняя заработная плата выпускников 4) стоимость обучения в вузе 5) наличие и условия получения скидок по оплате обучения 6) размер и условия получения стипендий 7) наличие программ образовательного кредитования
D	Общая степень информированности о вузе	Все характеристики, включенные в A, B, C
E	Степень использования невербальных источников информации	<ol style="list-style-type: none"> 1) доски объявлений в школах 2) статьи, аналитические материалы 3) сайты учебных заведений 4) образовательные порталы 5) реклама вуза в СМИ, в транспорте, наружная реклама 6) доски объявлений в вузах
F	Степень использования вербальных источников информации	<ol style="list-style-type: none"> 1) общение с учащимися вузов 2) общение с преподавателями вузов 3) общение с друзьями, знакомыми 4) советы родителей одноклассников, сверстников 5) советы школьных учителей

		б) общение с работниками приемной комиссии в вузе
G	Степень использования различных источников информации	Все характеристики, включенные в E, F

Из массива данных, полученных в ходе проведения опроса, с помощью отмеченного ранее фильтра были отобраны ответы 1155 человек. Чтобы проанализировать, как социально-демографические характеристики абитуриентов связаны с двумя сторонами поиска информации, мы использовали средние значения индексов. Полученные в ходе анализа средние значения *различных* индексов не предполагают сравнения между собой. Значения каждого индекса сравниваются для разных групп в рамках одной характеристики.

Для удобства анализа и интерпретации полученных результатов социально-демографические характеристики абитуриентов представлены в трёх блоках. Это индивидуальные, семейные и школьные характеристики. Первые объединяют пол и успеваемость респондента во время обучения в школе. Вторые включают уровень образования отца и матери, количество книг в семье (как индикатор уровня культурного капитала семьи) и материальное положение семьи. Последние, школьные, характеристики содержат вид школы, которую заканчивал респондент, её местоположение, а также специализацию класса (ее наличие).

4. Краткое описание выборки респондентов

Среди числа отобранных респондентов наблюдается примерно равное количество юношей и девушек (48,3% и 51,7% соответственно). Среди представленных респондентов большинство в школе были отличниками (240 человек, или 20,8% опрошенных) или учились на четверки и пятерки (628 человек, или 54,4% опрошенных).

Наиболее многочисленная группа среди отобранных респондентов характеризуется тем, что их отцы имеют высшее образование (40,3%). Группа респондентов, чьи матери получили высшее образование, снова наиболее наполненная (52,7% отобранных респондентов).

Если говорить об уровне материальной обеспеченности респондентов, стоит сказать, что среди опрашиваемых наибольшее число абитуриентов может быть отнесено к «средним» группам: «Денег хватает на еду и одежду, но покупка товаров длительного пользования проблематична» и «Можем позволить себе товары длительного пользования, но покупка дорогостоящих товаров проблематична» (соответственно 33,2% и 42,4%

опрошенных). Чтобы иметь более наглядное представление о менее многочисленных группах, включающих респондентов с самым низким и с самым высоким материальным положением, в ходе анализа «средние» группы были исключены. Как результат, рассматривались группы «Не хватает денег даже на еду / Хватает на еду, но покупка одежды проблематична» (8,3% отобранных респондентов) и «Можем позволить себе всё / Можем позволить себе практически всё, кроме покупки квартиры» (13,4% опрошенных).

Мы предполагаем, что вид школы, которую заканчивает школьник перед поступлением в высшее учебное заведение, может оказывать влияние на то, как этот абитуриент будет искать информацию. В ходе анализа имеющихся данных школы, в которых обучались респонденты, были разделены по типу на две категории: «обычная» школа (общеобразовательная школа и общеобразовательная школа-интернат) и школа «со специальным статусом и дополнительными услугами» (данная категория включает общеобразовательную школу с классами с углубленным изучением отдельных предметов, гимназию, гимназию-интернат, лицей, лицей-интернат и ЦО (центр образования)). К первой категории были отнесены ответы 607 респондентов, ко второй – данные 433 респондентов. Жителей городов-«миллионеров» 28,3%. Обучавшихся в городах поменьше – 56,8%. Сельских и деревенских жителей – 14,9% от общего числа опрошенных. Для большей наглядности данные о распределениях респондентов по социально-демографическим характеристикам представлены ниже (Таблица 2).

Таблица 2. Графическое представление выборки респондентов по социально-демографическим характеристикам.

Характеристика		Объем респондентов в выборке
Пол	М	48,3%
	Ж	51,7%
Успеваемость в 9 классе	Пятерки	20,8%
	Пятерки и четверки	54,4%
	Четверки	12,6%
	Четверки и тройки	11,3%
	Тройки	1,0%
Образование отца	Среднее общее	11,5%
	Неполное/среднее профессиональное	25,6%
	Высшее	52,7%
Образование матери	Среднее общее	13,9%
	Неполное/среднее профессиональное	28,2%

Характеристика		Объем респондентов в выборке
	Высшее	40,3%
Материальное положение	Самые бедные	8,3%
	Самые богатые	13,4%
Вид школы	Обычная	52,6%
	Со спец. статусом	37,5%
Специализация класса	Есть	57,8%
	Нет	34,5%
Тип населенного пункта	Село, деревня	14,9%
	Город	56,8%
	Город – "миллионер"	28,3%

5. Результаты исследования

Степень информированности об учебных характеристиках вуза

При поступлении в высшее учебное заведение достаточно большое значение имеют такие характеристики, как факультеты и специальности подготовки студентов, экзамены, которые нужно сдавать при поступлении, наличие очной и заочной формы обучения, а также примерная учебная нагрузка на студентов.

Анализ данных, полученных в ходе опроса, позволяет сделать вывод о том, что для группы девушек характерна большая степень информированности о характеристиках образовательной программы, чем для группы юношей: средние значения соответствующего индекса по гендерным группам равны 0,67 и 0,61 (Таблица 3).

Если говорить об успеваемости, то «отличники» и «хорошисты» в отличие от «троечников» уделяют больше внимания характеристикам обучения в интересующих их вузах.

Таблица 3. Соотношение средних значений индекса информированности о характеристиках образовательной программы вуза по индивидуальным характеристикам абитуриентов.

Индивидуальные характеристики		А: Информированность о характеристиках образовательной программы	
		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Пол	М	0,70	0,74
	Ж	0,77	

Успеваемость в 9 классе	Пятерки	0,79	0,74
	Пятерки и четверки	0,74	
	Четверки	0,68	
	Четверки и тройки	0,69	
	Тройки	0,49	

различия значимы на 5% уровне значимости

Анализ данных показывает, что существует положительная статистически значимая взаимосвязь между уровнем образования родителей и степенью осведомленности абитуриентов о характеристиках образовательной программы в выбранном образовательном учреждении. Группы респондентов, у которых отцы имеют уровень образования неполное или среднее профессиональное образование (НПО/СПО) или высшее образование (ВО), более информированы по данному вопросу, чем группа, в которой отцы опрошенных имеют среднее общее образование (СОО). То же можно сказать и об уровне образования матери (Таблица 4). Другими словами, чем выше уровень образования матери, тем больше среднее значение индекса информированности абитуриента об обозначенных характеристиках.

Что же касается материального благосостояния, то оно не имеет значимой связи с активностью информационного поиска по учебным характеристикам учебного заведения.

Таблица 4. Соотношение средних значений индекса информированности о характеристиках образовательной программы вуза по семейным характеристикам абитуриентов.

Семейные характеристики		А: Информированность о характеристиках образовательной программы	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Образование отца	Среднее общее	0,66	0,74
	Неполное/среднее профессиональное	0,76	
	Высшее	0,75	
Образование матери	Среднее общее	0,64	0,74
	Неполное/среднее профессиональное	0,76	
	Высшее	0,75	
Материальное положение	Самые бедные	0,72	0,74
	Самые богатые	0,77	

различия значимы на 5% уровне значимости

Анализируя данные, полученные из ответов первокурсников, можно сказать, что абитуриенты, имевшие специализацию класса в школе, значительно более активно искали информацию о рассматриваемых аспектах (Таблица 5).

Опрошенные из городской среды значительно в большей степени, чем опрошенные из сельской местности, интересуются характеристиками вуза, касающимися образовательного процесса.

Таблица 5. Соотношение средних значений индекса информированности о характеристиках образовательной программы вуза по школьным характеристикам.

Школьные характеристики		А: Информированность о характеристиках образовательной программы	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Вид школы	Обычная	0,73	0,74
	Со спец. статусом	0,75	
Специализация класса	Есть	0,75	0,74
	Нет	0,71	
Тип населенного пункта	Село, деревня	0,69	0,74
	Город	0,74	
	Город – "миллионер"	0,75	

различия значимы на 5% уровне значимости

Степень информированности о поступлении в вуз

В процессе выбора вуза необходимо иметь представление о проходных баллах и конкурсе среди поступающих в прошлые годы, чтобы оценить свои шансы на поступление. Кроме того, возможность «зачета» олимпиадных баллов может обеспечить при поступлении конкурентное преимущество.

При анализе взаимосвязи информированности об аспектах, касающихся поступления, и индивидуальных характеристик абитуриентов автором была найдена статистически значимая положительная связь лишь со школьной успеваемостью. «Отличники» больше интересуются информацией о характеристиках поступления, чем все остальные категории абитуриентов (Таблица 6).

Таблица 6. Соотношение средних значений индекса информированности о поступлении в вуз по индивидуальным характеристикам абитуриентов.

Индивидуальные характеристики		В: Информированность о поступлении в вуз	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Пол	М	0,45	0,47
	Ж	0,49	
Успеваемость в 9 классе	Пятерки	0,57	0,47
	Пятерки и четверки	0,47	
	Четверки	0,42	
	Четверки и тройки	0,39	
	Тройки	0,14	

различия значимы на 5% уровне значимости

Если говорить о связи информированности о характеристиках поступления в высшее учебное заведение и уровне образования родителей, то на данных опроса 2011 года обнаружилась значимая положительная связь лишь для уровня образования матери (Таблица 7).

Таблица 7. Соотношение средних значений индекса информированности о поступлении в вуз по семейным характеристикам абитуриентов.

Семейные характеристики		В: Информированность о поступлении в вуз	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Образование отца	Среднее общее	0,42	0,47
	Неполное/среднее профессиональное	0,48	
	Высшее	0,49	
Образование матери	Среднее общее	0,37	0,47
	Неполное/среднее профессиональное	0,45	
	Высшее	0,51	
Материальное положение	Самые бедные	0,47	0,47
	Самые богатые	0,52	

различия значимы на 5% уровне значимости

Путем статистического анализа данных опроса было выявлено, что специальный статус школы, обучение в классе с углубленным изучением профильных предметов

положительно связан с активностью и вовлеченностью абитуриента в процесс информационного поиска (Таблица 8). Средние значения индексов для закончивших такие образовательные учреждения статистически значимо выше для характеристик поступления.

Специализация класса тоже является значимым фактором, если рассматривать осведомленность абитуриентов об аспектах поступления в вуз.

Кроме того, анализ данных показывает, что место, где обучался респондент до поступления в вуз, значимо связано с активностью поиска информации о поступлении в университет: жители городов-«миллионеров» более информированы об обозначенных характеристиках, чем абитуриенты из сельской местности.

Таблица 8. Соотношение средних значений индекса информированности о поступлении в вуз по школьным характеристикам.

Школьные характеристики		В: Информированность о поступлении в вуз	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Вид школы	Обычная	0,44	0,47
	Со спец. статусом	0,54	
Специализация класса	Есть	0,52	0,47
	Нет	0,42	
Тип населенного пункта	Село, деревня	0,41	0,47
	Город	0,48	
	Город – "миллионер"	0,49	

различия значимы на 5% уровне значимости

Степень информированности о финансовых особенностях вуза

Для выпускника школы, выбирающего место дальнейшего обучения, крайне важно иметь представление о наличии платных и бюджетных (бесплатных) мест обучения, перспективах трудоустройства и средней заработной плате выпускников, стоимости обучения в вузе, условиях получения скидок по оплате обучения и стипендий и т.п.

Что касается финансовых характеристик вуза, то по сравнению с «троечниками» все группы статистически значимо больше изучают финансовую сторону вопроса обучения (Таблица 9). Для категории «троечников» все значения рассмотренных выше индексов достаточно небольшие. Другая индивидуальная характеристика абитуриента –

пол – не имеет значимой связи с рассматриваемыми характеристиками учебного заведения.

Таблица 9. Соотношение средних значений индекса информированности о финансовых особенностях вуза по индивидуальным характеристикам абитуриентов.

Индивидуальные характеристики		С: Информированность о финансовых особенностях вуза	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Пол	М	0,43	0,46
	Ж	0,48	
Успеваемость в 9 классе	Пятерки	0,51	0,46
	Пятерки и четверки	0,46	
	Четверки	0,42	
	Четверки и тройки	0,44	
	Тройки	0,17	

различия значимы на 5% уровне значимости

Если говорить об образовании родителей абитуриента, то наблюдается статистически значимая связь между уровнем образования матери и степенью информированности о финансовых особенностях обучения в выбранном учебном заведении (Таблица 10). То же самое можно сказать и об уровне образования отца.

Таблица 10. Соотношение средних значений индекса информированности о финансовых особенностях вуза по семейным характеристикам абитуриентов.

Семейные характеристики		С: Информированность о финансовых особенностях вуза	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Образование отца	Среднее общее	0,40	0,46
	Неполное/среднее профессиональное	0,47	
	Высшее	0,46	
Образование матери	Среднее общее	0,40	0,46
	Неполное/среднее профессиональное	0,47	
	Высшее	0,47	
Материальное положение	Самые бедные	0,48	0,46
	Самые богатые	0,53	

различия значимы на 5% уровне значимости

Из анализа ответов первокурсников можно сделать вывод, что абитуриенты, закончившие школу со специальным статусом и услугами и обучавшиеся в специализированном классе, значимо более активно искали информацию о рассматриваемых аспектах (Таблица 11).

Таблица 11. Соотношение средних значений индекса информированности о финансовых особенностях вуза по школьным характеристикам.

Школьные характеристики		С: Информированность о финансовых особенностях вуза	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Вид школы	Обычная	0,44	0,46
	Со спец. статусом	0,49	
Специализация класса	Есть	0,48	0,46
	Нет	0,43	
Тип населенного пункта	Село, деревня	0,43	0,46
	Город	0,45	
	Город – "миллионер"	0,49	

различия значимы на 5% уровне значимости

Общая степень информированности о вузе

Статистическая обработка данных выявила взаимосвязь между полом и общей степенью информированности абитуриента: для девушек характерно статистически значимо большее среднее значение индекса (Таблица 12).

Кроме того, успеваемость респондента в школе положительно связана со степенью информированности обо всех характеристиках учебного заведения, в которое он/она планирует поступать.

Таблица 12. Соотношение средних значений индекса общей информированности о вузе по индивидуальным характеристикам абитуриентов.

Индивидуальные характеристики		D: Общая информированность о вузе	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Пол	М	0,56	0,59
	Ж	0,62	
Успеваемость в 9 классе	Пятерки	0,65	0,59
	Пятерки и четверки	0,59	

	Четверки	0,54	
	Четверки и тройки	0,56	
	Тройки	0,32	

различия значимы на 5% уровне значимости

Если говорить о влиянии уровня родительского образования на активность абитуриента в процессе информационного поиска, стоит сказать, что существует связь между уровнем образования отца и общей степенью информированности респондента при поступлении в вуз (Таблица 13). Для уровня образования матери ситуация аналогична: группы, в которых матери получили неполное или среднее профессиональное (НПО/СПО) и высшее образование (ВО), в общем статистически значимо более информированы, чем группа, где матери получили только среднее общее образование.

Таблица 13. Соотношение средних значений индекса общей информированности о вузе по семейным характеристикам абитуриентов.

Семейные характеристики		D: Общая информированность о вузе	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Образование отца	Среднее общее	0,53	0,59
	Неполное/среднее профессиональное	0,61	
	Высшее	0,60	
Образование матери	Среднее общее	0,51	0,59
	Неполное/среднее профессиональное	0,61	
	Высшее	0,61	
Материальное положение	Самые бедные	0,59	0,59
	Самые богатые	0,64	

различия значимы на 5% уровне значимости

Абитуриенты из школ со специальным статусом и услугами в большей степени, чем выпускники «обычных» общеобразовательных школ, активны в процессе сбора информации перед поступлением в вуз (Таблица 14).

Еще одна школьная характеристика – наличие специализации класса – связана со степенью активности поиска информации об особенностях поступления, учебных характеристиках и финансовых аспектах обучения в университете.

Стоит также отметить значимость типа населенного пункта, в котором абитуриент ранее обучался. Респонденты из городов-«миллионеров» в большей степени осведомлены о характеристиках вузов в целом, чем респонденты из сел и деревень.

Таблица 14. Соотношение средних значений индекса общей информированности о вузе по школьным характеристикам.

Школьные характеристики		D: Общая информированность о вузе	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Вид школы	Обычная	0,57	0,59
	Со спец. статусом	0,62	
Специализация класса	Есть	0,61	0,59
	Нет	0,56	
Тип населенного пункта	Село, деревня	0,55	0,59
	Город	0,59	
	Город – "миллионер"	0,61	

различия значимы на 5% уровне значимости

Степень использования невербальных источников информации

В процессе выбора вуза абитуриент может обращаться к различным источникам информации для получения необходимых сведений. Среди таких информационных ресурсов могут быть такие, которые не предполагают личного общения. Это могут быть, например, доски объявлений в школах или университетах, разнообразные статьи и аналитические материалы, сайты учебных заведений и образовательные порталы, а также реклама в СМИ.

Абитуриенты, которые в школе учились на «отлично и хорошо», больше используют информацию, размещенную на университетских сайтах, досках объявлений в школах и университетах и т.п., чем кандидаты, обучавшиеся на «четверки» или «тройки» (Таблица 15). Другими словами, чем выше успеваемость ученика в школе, тем более вероятно более активное обращение к формальным источникам информации (доскам объявлений в школах и вузах, статьям, аналитическим материалам, сайтам учебных заведений и образовательным порталам, СМИ).

Таблица 15. Соотношение средних значений индекса использования невербальных источников информации по индивидуальным характеристикам абитуриентов.

Индивидуальные характеристики		E: Использование невербальных источников информации	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Пол	М	0,42	0,44
	Ж	0,45	

Успеваемость в 9 классе	Пятерки	0,48	0,44
	Пятерки и четверки	0,45	
	Четверки	0,38	
	Четверки и тройки	0,41	
	Тройки	0,12	

различия значимы на 5% уровне значимости

Из семейных социально-демографических характеристик с активностью использования невербальных источников информации связано лишь образование матери (Таблица 16). Так, по данным опроса, респонденты, у которых мать имеет НПО/СПО, в большей степени, чем те, у кого мать имеет только среднее общее образование, обращаются к рассматриваемому типу информационных ресурсов.

Таблица 16. Соотношение средних значений индекса использования невербальных источников информации по семейным характеристикам абитуриентов.

Семейные характеристики		Е: Использование невербальных источников информации	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Образование отца	Среднее общее	0,42	0,44
	Неполное/среднее профессиональное	0,46	
	Высшее	0,43	
Образование матери	Среднее общее	0,38	0,44
	Неполное/среднее профессиональное	0,47	
	Высшее	0,44	
Материальное положение	Самые бедные	0,45	0,44
	Самые богатые	0,42	

различия значимы на 5% уровне значимости

Если говорить о школьных характеристиках в числе социально-демографических факторов, то в ходе анализа данных не было выявлено статистически значимых связей с активностью использования невербальных источников информации в процессе выбора вуза (Таблица 17).

Таблица 17. Соотношение средних значений индекса использования невербальных источников информации по школьным характеристикам.

Школьные характеристики	Е: Использование невербальных источников информации
-------------------------	---

Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Вид школы	Обычная	0,44	0,44
	Со спец. статусом	0,44	
Специализация класса	Есть	0,45	0,44
	Нет	0,43	
Тип населенного пункта	Село, деревня	0,46	0,44
	Город	0,44	
	Город – "миллионер"	0,42	

различия значимы на 5% уровне значимости

Степень использования вербальных источников информации

Среди информационных источников могут быть также и такие, которые предполагают передачу информации через личное общение. Интересующие абитуриента сведения могут быть получены через общение с учащимися вузов, преподавателями, или работниками приемной комиссии в вузе, через общение с друзьями, знакомыми, сверстниками. Кроме того, на абитуриента в процессе выбора учебного заведения могут оказывать влияние родители и школьные учителя.

В ходе анализа полученных данных статистически значимой связи между средними значениями индекса, характеризующего степень активности использования вербальных источников информации, и группой индивидуальных социально-демографических характеристик абитуриента не было обнаружено (Таблица 18).

Таблица 18. Соотношение средних значений индекса использования вербальных источников информации по индивидуальным характеристикам абитуриентов.

Индивидуальные характеристики		F: Использование вербальных источников информации	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Пол	М	0,34	0,33
	Ж	0,31	
Успеваемость в 9 классе	Пятерки	0,35	0,33
	Пятерки и четверки	0,32	
	Четверки	0,31	
	Четверки и тройки	0,33	
	Тройки	0,23	

различия значимы на 5% уровне значимости

Однако с семейными характеристиками дело обстоит иначе. Более высокий уровень образования отца положительно влияет на использование вербальных информационных источников (для группы с отцами, имеющими ВПО, среднее значение индекса 0,32, а для группы с отцами с СОО и НПО/СПО, соответствующие значения равны 0,25 и 0,28 – Таблица 19). В ситуации с уровнем образования матери следует отметить схожие тенденции, как и в случае с уровнем образования отца.

Чем выше уровень материальной обеспеченности, тем активнее респондент использует такие каналы информации, как общение с учащимися вузов, общение с преподавателями вузов, общение с друзьями, знакомыми, одноклассниками и сверстниками, советы школьных учителей и общение с работниками приемной комиссии в вузе.

Таблица 19. Соотношение средних значений индекса использования невербальных источников информации по семейным характеристикам абитуриентов.

Семейные характеристики		F: Использование вербальных источников информации	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Образование отца	Среднее общее	0,28	0,33
	Неполное/среднее профессиональное	0,31	
	Высшее	0,35	
Образование матери	Среднее общее	0,28	0,33
	Неполное/среднее профессиональное	0,28	
	Высшее	0,36	
Материальное положение	Самые бедные	0,30	0,33
	Самые богатые	0,38	

различия значимы на 5% уровне значимости

Степень использования различных источников информации при поступлении в вуз (в особенности, это касается вербальных источников) выше, если абитуриент обучался в школе со специальным статусом (Таблица 20).

Обучение в специализированном классе также оказалось положительно связано с активностью получения сведений через неформальные источники информации.

Опрошенные из городской среды в большей степени используют неформальные каналы получения интересующей их информации в процессе выбора высшего учебного

заведения. Другими словами, респонденты из городской среды с большей вероятностью используют такие источники информации, как общение с учащимися и преподавателями вузов и членами приемной комиссии, общение с друзьями, знакомыми и одноклассниками, чем респонденты из населенных пунктов поселкового типа.

Таблица 20. Соотношение средних значений индекса использования невербальных источников информации по школьным характеристикам.

Школьные характеристики		F: Использование вербальных источников информации	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Вид школы	Обычная	0,29	0,33
	Со спец. статусом	0,37	
Специализация класса	Есть	0,35	0,33
	Нет	0,29	
Тип населенного пункта	Село, деревня	0,29	0,33
	Город	0,32	
	Город – "миллионер"	0,36	

различия значимы на 5% уровне значимости

Степень использования различных источников информации

В ходе анализа полученных данных не было найдено статистически значимой связи между средними значениями индекса, характеризующего степень активности использования различных (вербальных и невербальных) источников информации, и индивидуальными характеристиками абитуриентов (Таблица 21).

Таблица 21. Соотношение средних значений индекса использования различных источников информации по индивидуальным характеристикам абитуриентов.

Индивидуальные характеристики		G: Использование различных источников информации	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Пол	М	0,38	0,38
	Ж	0,38	
Успеваемость в 9 классе	Пятерки	0,41	0,38
	Пятерки и четверки	0,38	
	Четверки	0,34	
	Четверки и тройки	0,37	

	Тройки	0,18	
--	--------	------	--

различия значимы на 5% уровне значимости

В ходе анализа данных опроса 2011 года была найдена связь между уровнем образования матери абитуриента и активностью обращения респондента к различным информационным источникам (Таблица 22). Опрошенные, чьи матери имеют высшее образование, с большей вероятностью будут использовать разнообразные каналы получения сведений, чем абитуриенты с уровнем образования матери СОО.

Таблица 22. Соотношение средних значений индекса использования различных источников информации по семейным характеристикам абитуриентов.

Семейные характеристики		G: Использование различных источников информации	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Образование отца	Среднее общее	0,35	0,38
	Неполное/среднее профессиональное	0,38	
	Высшее	0,39	
Образование матери	Среднее общее	0,33	0,38
	Неполное/среднее профессиональное	0,37	
	Высшее	0,40	
Материальное положение	Самые бедные	0,37	0,38
	Самые богатые	0,40	

различия значимы на 5% уровне значимости

Абитуриенты из школ со специальным статусом и услугами в большей степени, чем выпускники «обычных» общеобразовательных школ, обращаются к формальным и неформальным каналам получения информации (Таблица 23).

Наличие специализации класса также положительно связано с активностью использования информационных источников в процессе информационного поиска.

Таблица 23. Соотношение средних значений индекса использования различных источников информации по школьным характеристикам.

Школьные характеристики		G: Использование различных источников информации	
Характеристика		Среднее значение индекса	Среднее значение индекса в целом
Вид школы	Обычная	0,36	0,38

	Со спец. статусом	0,41	
Специализация класса	Есть	0,39	0,38
	Нет	0,36	
Тип населенного пункта	Село, деревня	0,37	0,38
	Город	0,38	
	Город –"миллионер"	0,39	

различия значимы на 5% уровне значимости

6. Обсуждение

Выбор высшего учебного заведения связан со сложностями, обусловленными недостатком информации. Рынок высшего образования представляет собой иллюстрацию случая двусторонней асимметрии информации. В данной работе акцент был сделан на обращении абитуриентов к различным информационным источникам как одном из компонентов в процессе выбора вуза.

В статье мы попытались ответить на вопрос, каким образом социально-демографические характеристики абитуриента (пол, уровень дохода, уровень образования родителей и др.) влияют на учёт различных источников информации и уровень информированности будущего студента при выборе вуза.

На основе данных, полученных в ходе опроса юношей и девушек, имеющих возможность поступать в учреждения высшего профессионального образования в 2011-2012 годах, мы рассмотрели, как российские абитуриенты ищут необходимую информацию при поступлении в вузы страны.

Для исследования процесса информационного поиска в рамках выбора высшего учебного заведения из массива полученных данных были отобраны ответы респондентов-первокурсников. Отвечая на вопросы, они должны были указать, какой информацией о вузе они обладали на момент поступления, а также отметить среди предложенных те информационные источники, которыми они пользовались для принятия окончательного решения о выборе образовательного учреждения.

В рамках исследования были разработаны индексы, характеризующие степень информированности абитуриентов по основным аспектам обучения в высшем учебном заведении и активность использования различных источников информации. В ходе анализа данных была найдена статистически значимая взаимосвязь социально-демографических характеристик абитуриентов со средними значениями разработанных индексов.

На основе зарубежной и отечественной литературы, посвященной тематике исследования, для анализа данных опроса 2011 года автором проверялись схожие предположения. Таким образом, были выдвинуты следующие гипотезы:

Н1: информированность и учёт различных источников информации статистически значимо связаны с полом респондента: **девушки** ищут необходимые сведения о вузах **активнее юношей**;

Н2: школьная успеваемость положительно связана с приложением усилий по поиску информации: **чем лучше** учился в школе респондент, **тем активнее** он/она ищет информацию перед поступлением в вуз;

Н3: степень активности информационного поиска статистически значимо положительно связана с СЭС абитуриента: **чем выше уровень образования родителей**, а также **чем выше уровень благосостояния**, **тем больше информации** ищет абитуриент перед поступлением и использует **больше количество информационных источников**;

Н4: вид школы взаимосвязан с информационным поиском абитуриента: **абитуриенты из школ со специальным статусом** (гимназий, лицеев, центров образования и др.) при выборе вуза **ищут информацию активнее**, чем абитуриенты из обычных общеобразовательных школ;

Н5: наличие специализации класса связано с информированностью в процессе выбора вуза: абитуриенты из классов, **имеющих специализацию**, ищут **больше информации** перед поступлением и используют **больше количество информационных источников**;

Н6: тип населенного пункта, в котором обучался респондент, значимо связан с активностью поиска нужных сведений: **абитуриенты из крупных городов** ищут необходимые сведения о вузах **активнее** абитуриентов из сельской местности.

Поиск информации рассматривается на разных уровнях: учитывается (1) информация, которую абитуриенты ищут перед выбором вуза, и (2) источники, к которым они обращаются.

Таблица 24. Подтверждение выдвинутых гипотез на данных выборки.

Индекс	Гипотезы					
	Н1	Н2	Н3	Н4	Н5	Н6
А: Информированность о характеристиках образовательной программы	+	+	+	0	+	+
В: Информированность о поступлении в вуз	0	+	+	+	+	+
С: Информированность о финансовых	0	+	+	+	+	0

особенностях вуза						
D: Общая информированность о вузе	+	+	+	+	+	+
E: Использование невербальных источников информации	0	+	+	0	0	0
F: Использование вербальных источников информации	0	0	+	+	+	+
G: Использование различных источников информации	0	0	+	+	+	0
+	Гипотеза H ₀ находит отражение на данных выборки					
0	Гипотеза H ₀ не находит отражения на данных выборки					

Для девушек характерна большая, чем для юношей, осведомленность о характеристиках вуза в целом и в частности об аспектах, затрагивающих образовательный процесс.

Можно предположить, что респонденты с хорошей школьной успеваемостью, как правило, нацеливаются на поступление в относительно более престижные учебные заведения. Поэтому они заинтересованы в грамотном выборе хорошего качественного высшего образования. Как следствие, они будут активно искать информацию о различных характеристиках вузов.

Действительно, для респондентов с высокой школьной успеваемостью за 9 класс характерен более высокий уровень приложенных усилий по поиску информации, чем для участников с относительно более низкой успеваемостью в школе. Школьная успеваемость положительно связана с активностью поиска информации об образовательной программе, процессе приема и финансовых особенностях университета. Она имеет положительную связь с использованием источников информации, не требующих личного контакта.

Чем выше уровень материальной обеспеченности, тем более респондент склонен к использованию вербальных каналов информации, таких как общение с учащимися вузов, общение с преподавателями вузов, общение с друзьями, знакомыми, одноклассниками и сверстниками, советы школьных учителей и общение с работниками приемной комиссии в вузе.

Существует положительная связь между уровнем образования родителей и степенью информированности респондента в процессе поиска вуза: эта связь отражается в более высокой степени осведомленности абитуриентов о характеристиках учебной программы в выбранном образовательном учреждении (а в случае с образованием матери, также и о характеристиках поступления и финансовых особенностях вуза). Кроме того, более высокий уровень родительского образования положительно связан с

использованием вербальных информационных источников (а в случае с образованием матери, и невербальных источников информации).

Результаты анализа данных показывают, что роль семьи в процессе выбора высшего учебного заведения высока. Родители влияют на абитуриентов по нескольким каналам. Так, родители, получившие высшее образование, скорее обладают большим уровнем амбиций в отношении образования своих детей, чем те, кто не имеет высшего образования. Таким образом, они будут оказывать поддержку ребенку в процессе выбора вуза и помощь в поиске необходимой информации. Кроме того, родители с относительно более высоким уровнем социального и культурного капитала (в частности, имеющие более высокий уровень образования), по-видимому, могут характеризоваться лучшими навыками поиска и анализа информации.

Вид школы может оказывать влияние на процесс поступления в высшее учебное заведение. Школы разных видов, а также городские и сельские школы, нередко существенно различаются в обеспеченности учебного процесса, квалификации учителей и т.п. Школы со специальным статусом стремятся отобрать способных учеников и, как правило, материально обеспеченных, в такие школы при поступлении нередко требуется сдавать вступительные испытания. В более хорошие школы (гимназии, лицеи, школы с углубленным изучением предметов), как правило, имеют доступ семьи с более высокими статусными позициями.

Различия в видах школ обуславливают дифференциацию уровня подготовки абитуриентов. Процент родителей, высоко оценивающих уровень подготовки школьников, в «статусных» школах выше. В качестве основного показателя качества школы обычно выступает количество поступивших в высшие учебные заведения. Поэтому школы со специальным статусом заинтересованы в повышении данного показателя и, соответственно, способствуют поиску информации в процессе выбора вуза.

Таким образом, можно говорить, что выпускники школ со специальным статусом скорее будут ориентироваться на поступление в более престижные вузы, чем выпускники обычных общеобразовательных школ, процесс выбора учебного заведения обладает для них особой актуальностью, а следовательно, они с большей вероятностью будут активно искать необходимую для поступления информацию.

Действительно, школьные характеристики вносят свой вклад в процесс информационного поиска. Что касается вида школы, в которой обучались респонденты, то выпускники специальных школ, гимназий, лицеев, центров образования более активно вовлечены в процесс информационного поиска, чем выпускники обычных общеобразовательных школ.

Если говорить о типе населённого пункта, в котором обучались или учатся респонденты, то проживающие в городах более информированы о характеристиках учебного процесса, о процессе поступления и в большей степени используют неформальные по типу информационные источники, чем проживающие в сельской местности.

Роль школы в процессе поступления в вуз не стоит недооценивать. То, каким объемом информации будет владеть абитуриент во время выбора университета, зависит в частности от стратегии, которую выберет школа, в которой респондент обучается. Например, школа может выбрать традиционную тактику поддержки учащихся: это означает, что ученики должны самостоятельно заниматься поступлением в высшее учебное заведение. С другой стороны, школа может выбрать роль посредника в отношениях между абитуриентами и вузами: тогда она может предоставлять своим ученикам информацию и активную помощь в поиске и выборе вуза. Таким образом, от характеристик школы зависит стратегия информационного поиска.

7. Ограничения исследования

Хотя при анализе данных речь идет о поведении абитуриентов перед окончательным выбором вуза (до момента зачисления в высшее учебное заведение), в силу сложности сбора данных в рамках данного исследования анализировались ответы уже первокурсников вузов. При интерпретации результатов статистического анализа это ограничение необходимо принимать во внимание, поскольку первокурсники отвечали на предложенные вопросы таким образом, как они думали на момент проведения опроса, а не на момент подачи документов.

Литература

1. Beaty, Sharon E. And Scott M. Smith (1987), “External Search Effort: An Investigation Across Several Product Categories”, *Journal of Consumer Research*; Jun 1987; 14, 1.
2. Bers and Smith (1987) “College Choice and the Nontraditional Student”, *Community College Review* Summer 1987 15: 39-45.
3. Bonnema, J.and D.L.R. Van der Waladt, (2008) “Information and source preferences of a student market in higher education”, *International Journal of Educational Management*, Vol. 22 Iss: 4, pp.314 – 327.
4. Bourdieu P. The Forms of Capital // *Handbook of Theory and Research for Sociology of Education* / Ed. J.G. Richardson. N.Y., Westport, Connecticut, London: Greenwood Press, 1986.

5. Connor, H., Burton, R., Pearson, R., Pollard, E., and Regan, J. (1999), *“Making the Right Choice: How students choose Universities and Colleges”*, CVCP, London.
6. Eagle, Lynne and Ross Brennan (2007), “Are students customers? TQM and marketing perspectives”, *Quality Assurance in Education*, Vol. 15 Iss: 1, pp.44 – 60.
7. Galotti, Kathleen M. and Melissa C. Mark (1994), “How Do High School Students Structure An Important Life Decision? A Short-Term Longitudinal Study of the College Decision-Making Process”, *Research in Higher Education*, 35, №5, 19.
8. Gilmour, Joseph E.; Ira J. Dolich and Lou M. Spiro (1978), “How College Students Select a College”, Houston: Paper presented to Annual Forum of the Association for Institutional Research, 39.
9. Goff, Brent; Vanessa Patino and Gary Jackson (2004), “Preferred Information Sources of High School Students for Community Colleges and Universities”, *Community College Journal of Research and Practice*, 28:10, 795-803.
10. Hemsley-Brown, Jane (1999), “College Choice: Perceptions and Priorities”, *Educational Management Administration & Leadership*, 27: 85.
11. Hossler, Don and Karen S. Gallaher (1987), “Studying Student College Choice: A Three-Phase Model and the Implications for Policymakers”, *College and University*, 62(3): 207-221.
12. James, R.; Baldwin, G. and McInnis, C. 1999, “Which university?: The factors influencing the choices of prospective undergraduates”, Department of Education, Training and Youth Affairs, Canberra.
13. Lewis, Gordon and Sue Morrison (1975), “A Longitudinal Study of College Selection. Technical Report №2.” Mimeographed. Pittsburgh: School of Urban and Public Affairs, Carnegie-Mellon University.
14. Litten, Larry H. (1982), “Different Strokes in the Applicant Pool: Some Refinements in a Model of Student College”, *The Journal of Higher Education*, Vol. 53, No. 4 (Jul. - Aug., 1982), pp. 383-402.
15. Matějů, P., Peschar J.L. “Family Background and Educational Attainment in Czechoslovakia and the Netherlands” // *Class Structure in Europe* ed. by Haller M. NY, London: M.E. Sharpe, 1990. pp.121-145.
16. Menon, Maria E.; Anna Saiti and Michalis Socratous “Rationality, Information Search and Choice in Higher Education: Evidence from Greece”, *Higher Education*, Vol. 54, No. 5 (Nov., 2007), pp. 705-721.
17. Menon, Maria E. (2004), “Information search as an indication of rationality in student choice of higher education”, *Education Economics*, 12:3, pp. 267-283.

18. Moogan, Y. J.; S. Baron and K. Harris (1999), “Decision-Making Behaviour of Potential Higher Education Students”, *Higher Education Quarterly*, 53: 211–228.
19. Moogan, Y. J. and S. Baron (2003), “An analysis of student characteristics within the student decision making process”, *Journal of Further and Higher Education*, 27:3, 271-287.
20. Moogan, Y. J. (2011) “Can a higher education institution's marketing strategy improve the student-institution match?”, *International Journal of Educational Management*, Vol. 25 Iss: 6, pp. 570 – 589.
21. Newman, Joseph W. (1977), “Consumer External Search: Amount and Determinants”, in *Consumer and Industrial Buying Behavior*, eds. Arch Woodside, Jagdish Sneth, and Peter Bennett, New York: North-Holland, 79-94.
22. Paulsen, Michael B. (1990), “College Choice: Understanding Student Enrollment Behavior.” ASHE-ERIC Higher Education Report №6. Washington, D.C.: The George Washington University, School of Education and Human Development, 121.
23. Yost, Michael Jr. & Stephen L. Tucker (1995), “Tangible Evidence in Marketing a Service”, *Journal of Marketing for Higher Education*, 6:1, 47-68.
24. Ваганова О. А., Зотова А. И., Матвеева М. А. Информированность о вузах как фактор предпочтений абитуриентов (по результатам мониторинговых исследований 1995–2007 гг.). – Режим доступа: nigma.ru
25. Глебова Т. Д. Доступность высшего образования для выпускников городских и сельских школ: Хабаровск, 2005. - 219 с.
26. Прахов, И. А. Модель выбора вуза в условиях ЕГЭ и роль ожиданий абитуриентов / И. А. Прахов, ГУ–ВШЭ. – М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2010. – 56 с.
27. Рощина Я. «Образовательные намерения российских школьников: что изменилось за последние пять лет?» // Народное образование, № 10, 2011.

Приложения

Таблица 25. Статистическая связь между индивидуальными характеристиками абитуриента и средними значениями индексов.

Статистическая связь между социально-демографическими характеристиками и средними значениями индексов (индивидуальные характеристики)								
Социально-демографическая характеристика	Пол		Успеваемость		Успеваемость		Успеваемость	
	– мужской	– женский	«пятерки»	«пятерки и четверки»	«четверки»	«четверки и тройки»	«тройки»	
А: Информированность о характеристиках образовательной программы	–	+	+	+	–	–	–	
В: Информированность о поступлении в вуз			+		–	–	–	
С: Информированность о финансовых особенностях вуза			+	+	–	–	–	
Д: Общая информированность о вузе	–	+	+	+	–	–	–	
Е: Использование невербальных источников информации				+	–		–	
Г: Использование устных, личных источников информации								
Г: Использование различных источников информации								
+	Среднее значение по данной группе выше среднего значения в группах «–», различия статистически значимы на 5% уровне значимости							
–	Среднее значение по данной группе ниже среднего значения в группах «+», различия статистически значимы на 5% уровне значимости							

Таблица 26. Статистическая связь между семейными характеристиками абитуриента и средними значениями индексов.

Статистическая связь между социально-демографическими характеристиками и средними значениями индексов (семейные характеристики)								
Социально-демографическая характеристика	Уровень образования отца – Среднее общее	Уровень образования отца – Неполное/Среднее Профессиональное	Уровень образования отца – Высшее	Уровень образования матери – Среднее общее	Уровень образования матери – Неполное/Среднее Профессиональное	Уровень образования матери – Высшее	Материальное положение – 1	Материальное положение – 4
	А: Информированность о характеристиках образовательной программы	–	+	+	–	+	+	
В: Информированность о поступлении в вуз				–		+		
С: Информированность о финансовых особенностях вуза				–	+	+		
Д: Общая информированность о вузе	–	+	+	–	+	+		
Е: Использование невербальных источников информации				–	+			
Ф: Использование устных, личных источников информации	–	–	+	–	–	+	–	+
Г: Использование различных источников информации				–		+		
+	Среднее значение по данной группе выше среднего значения в группах «–», различия статистически значимы на 5% уровне значимости							
–	Среднее значение по данной группе ниже среднего значения в группах «+», различия статистически значимы на 5% уровне значимости							

Таблица 27. Статистическая связь между школьными характеристиками и средними значениями индексов.

Статистическая связь между социально-демографическими характеристиками и средними значениями индексов (школьные характеристики)							
Социально-демографическая характеристика	Тип школы – «обычная»	Тип школы – «со специальным статусом»	Специализация класса – (есть)	Специализация класса – (отсутствует)	Населенный пункт – село, деревня	Населенный пункт – город	Населенный пункт – город – «миллионер»
А: Информированность о характеристиках образовательной программы	–	+	+	–	–		+
В: Информированность о поступлении в вуз	–	+	+	–			
С: Информированность о финансовых особенностях вуза			+	–			
Д: Общая информированность о вузе	–	+	+	–	–		+
Е: Использование невербальных источников информации	–	+					
Ф: Использование устных, личных источников информации			+	–	–		+
Г: Использование различных источников информации	–	+	+	–			
+	Среднее значение по данной группе выше среднего значения в группах «–», различия статистически значимы на 5% уровне значимости						
–	Среднее значение по данной группе ниже среднего значения в группах «+», различия статистически значимы на 5% уровне значимости						