

А.В. Немировская

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПОРТРЕТ  
СТУДЕНТОВ  
КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Эмпирические аспекты  
(по материалам социологических исследований  
2008–2010 гг.)

Монография

Институт педагогики, психологии и социологии



СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
SIBERIAN FEDERAL UNIVERSITY

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Сибирский федеральный университет  
Российское общество социологов  
Красноярское региональное отделение

**А.В. Немировская**

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПОРТРЕТ СТУДЕНТОВ  
КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ**  
**Эмпирические аспекты**  
**(по материалам социологических исследований 2008–2010 гг.)**

Красноярск  
СФУ  
2012

УДК 316.2  
ББК 60.561.9  
Н503

Рецензенты:

С.В. Гришаев, д-р социол. наук

Д.О. Труфанов, канд. социол. наук

Научный редактор: А.А. Давыдов, д-р филос. наук, глав. науч. сотр. ИС РАН

**Немировская, А.В.**

**Н503 Социокультурный портрет студентов Красноярского края. Эмпирические аспекты (по материалам социологических исследований в 2008–2010 гг.): монография [Текст]. – Красноярск: Сиб. федерал. ун-т, 2012. – 131 с.**

ISBN 978-5-7638-2485-8

В монографии представлены результаты эмпирических исследований, которые были проведены в Сибирском федеральном университете в первичный период его становления. Эти исследования касаются социального состава студентов, их жизненных планов и ценностных ориентаций, отношения к будущей профессии и к различным аспектам учебного процесса. Анализируются также корпоративная культура студентов, их ожидания от учёбы в университете. Особое внимание уделено свободному времяпрепровождению студентов, участию их в различных культурных практиках.

Предназначена для научных работников, преподавателей вузов, студентов, работников органов государственного управления.

**УДК 316.2**  
**ББК 60.561.9**

ISBN 978-5-7638-2485-8

© Сибирский  
федеральный  
университет, 2012

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	4
1. Социальный состав студентов современного сибирского университета .....	8
2. Базовые ценности и жизненные цели студенческой молодежи.....	11
3. Свободное времяпровождение и культурные практики .....	23
4. Студенческая занятость и будущая профессия.....	29
5. Высшее образование как фактор реализации жизненных планов молодёжи.....	39
6. Поступление в университет: мотивация и факторы.....	42
7. Корпоративная культура студентов университета .....	51
8. Процесс обучения в университете: успехи и ожидания.....	115
Заключение .....	125

## ВВЕДЕНИЕ

Сегодня система высшего профессионального образования России находится в процессе перемен. Создаются инновационные вузы, меняются механизмы управления ими, вводятся новые правила отбора абитуриентов, активно совершенствуется образовательный процесс, открываются специальности, интенсивно развивается материальная база, отечественные высшие учебные заведения интегрируются в мировое образовательное пространство. Всё это не происходит беспроблемно, наряду с серьёзными достижениями возникают и разного рода трудности. Требуют своего решения серьёзные проблемы, тревожащие систему высшего профессионального образования не одно десятилетие: например, переизбыток выпуска специалистов по одним профессиям и малый набор на другие специальности, недостаточная интеграция высшего образования с научной деятельностью, неэффективность выполнения высшей школой функции «социального лифта» в российском обществе, низкая и малоэффективная оплата труда преподавательского состава и др.

Ситуация, в которой сегодня находится российская высшая школа, усложняется процессом превращения её в полноправный субъект рыночных отношений. Всё это не может не стимулировать трансформацию многих её функций, структуры, системы взаимоотношений с другими социальными институтами в обществе. Ориентация системы высшего профессионального образования не только на выпуск дипломированных специалистов, но и на создание разного рода инноваций требует изменения методов вовлечения студентов и преподавателей в научную деятельность, её стимулирования, повышения эффективности не только учебно-воспитательного процесса в вузах, но и деятельности системы управления ими.

Всё это повышает роль социологических исследований в вузах. Именно опора на мониторинговые исследования может помочь эффективному решению ряда проблем и трудностей, возникающих в процессе развития новой российской инновационной высшей школы. Подобные исследования, как правило, носят сугубо прикладной характер, не претендуя на серьёзные теоретические обобщения. Вместе с тем они дают возможность выявлять реальные тенденции развития системы высшего образования в стране, в данном случае – в одном из важных в социально-экономическом и

социокультурном отношении регионов России. Не случайно в последние годы в серьёзных монографиях опубликованы материалы целого ряда подобных, в основном прикладных, исследований, проведённых в различных регионах России<sup>1</sup> (не говоря уже о значительном количестве содержательных статей в ведущих отечественных социологических журналах, прежде всего в журнале «Социологические исследования»).

В настоящей монографии анализируются социальный состав современных студентов, их базовые ценности и жизненные цели, возможности их реализации в процессе обучения в вузе, способы и формы проведения досуга, различные культурные практики, работа в свободное от учёбы время, отношение к избранной профессии. Исследование также касалось мотивации и факторов, определяющих намерения студентов поступить в вуз на ту или иную специальность, их ожиданий от самого процесса обучения в университете. Наконец, особое место в монографии уделено анализу корпоративной культуры современных студентов.

За истекший период с момента проведения исследований в Сибирском федеральном университете произошли значительные

---

<sup>1</sup> Результаты социологического опроса «Социокультурный портрет современного студенчества стран ШОС» [Электронный ресурс]. – Ханты-Мансийск, 2009. – Режим доступа: [http://www.ssa-rss.ru/files/File/Lineiki\\_ShOS\\_finish.pdf](http://www.ssa-rss.ru/files/File/Lineiki_ShOS_finish.pdf); Студенчество стран ШОС: социокультурное измерение: коллективная монография [Электронный ресурс] / под общ. ред. Ю.Р. Вишневого. – Екатеринбург: УГТУ – УПИ, 2009. – 288 с. – Режим доступа: [http://www.ssa-rss.ru/index.php?page\\_id=40](http://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=40); <http://www.ssa-rss.ru/files/File/SHOS.pdf>; Российское образование в условиях социальных трансформаций: социологические очерки [Электронный ресурс] / Под общей ред. Ю.Р. Вишневого. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009. – 696 с. – Режим доступа: [http://www.ssa-rss.ru/index.php?page\\_id=40](http://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=40); <http://www.ssa-rss.ru/files/File/PublikaciiROS/Sshapko.pdf>; Гражданская культура современного российского студенчества [Электронный ресурс] / под общ. ред. Ю.Р. Вишневого, В. Т. Шапка. – Екатеринбург: Маска, 2007. – 312 с. – Режим доступа: [http://www.ssa-rss.ru/index.php?page\\_id=40](http://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=40); Современное российское студенчество: историческая память о Великой Отечественной войне и формирование патриотизма и гражданственности [Электронный ресурс] / под общей ред. Ю.Р. Вишневого. – Екатеринбург: УрФУ, 2011. – 510 с. – Режим доступа: [http://www.ssa-rss.ru/index.php?page\\_id=40](http://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=40); Модернизация российского образования: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] / под ред. М.К. Горшкова и Ф.Э. Шереги. – М.: ЦСПиМ, 2010. – 352 с. – Режим доступа: <http://isras.ru/publ.html?id=1897>; Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. 2-е изд., испр. и доп. [Электронный ресурс]. – М.: Ин-т социологии РАН, 2010. – 592 с. – Режим доступа: <http://isras.ru/publ.html?id=1822>

изменения к лучшему. Некоторые из проблем, выявленных в процессе исследований, находятся в процессе своего решения, многие из них остались в прошлом (хотя они всё ещё являются весьма актуальными для других вузов Восточной Сибири), все реализованные в вузе инновации трудно перечислить, он стабильно и эффективно развивается и регулярно занимает наиболее достойные места в различных рейтингах российских университетов. Тем более важным представляется дальнейшее проведение подобных социологических исследований.

Эмпирической базой данной монографии выступают:

1. Материалы исследований, проведенных Центром социологических исследований СФУ под руководством заведующего отделением социологии и общественных связей СФУ доктора социологических наук, профессора В.Г. Немировского:

1.1. Репрезентативный опрос методом анкетирования студентов Сибирского федерального университета по исследовательскому проекту «Культура и студенты СФУ: понимание, отношение, представления» в 2008 г. (n = 400).

1.2. Репрезентативный опрос методом анкетирования студентов по исследовательскому проекту «Социальный портрет первокурсника» в 2008 г. (n = 800).

1.3. Репрезентативный опрос методом анкетирования студентов СФУ по научно-исследовательскому проекту «Корпоративная культура студентов Сибирского федерального университета» в 2009 г. (n = 800).

В перечисленных исследованиях использовалась многоступенчатая квотная выборка, составленная с учётом возраста и пола студентов, курса обучения, а также характера специальностей, которые они получают в каждом из четырёх бывших институтов, входивших в состав СФУ (в 2008 г.): Политехнический институт, Институт естественных и гуманитарных наук, Институт цветных металлов и золота, Институт архитектуры и строительства; либо в семнадцати новых институтах СФУ (2009 г.).

2. Материалы научно-исследовательского проекта «Этническая и религиозная толерантность учащейся молодежи Красноярского края на примере г. Красноярска и г. Норильска», выполненного специалистами кафедры социологии Института психологии, педагогики и социологии СФУ, коллективом Студенческой научно-исследовательской лаборатории социологии СНИЛС, а также специалистами Красноярского филиала НОУ ВПО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики

и права» в 2010 г. под руководством кандидата социологических наук, доцента кафедры социологии СФУ Д.О. Труфанова. Методом исследования выступал анкетный опрос ( $n = 764$ , из них – 550 студентов вузов г. Красноярска и 214 студентов вузов г. Норильска).

Полученные данные обрабатывались с помощью пакета прикладных программ SPSS с использованием корреляционного и факторного анализа.



# 1. СОЦИАЛЬНЫЙ СОСТАВ СТУДЕНТОВ СОВРЕМЕННОГО СИБИРСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Как показано на рис. 1.1, большинство студентов на основании самооценки их социально-экономического положения относят себя к среднеобеспеченным, значительная доля относится к достаточно обеспеченным, процент малообеспеченных студентов незначителен, доля богатых и бедных также очень мала.



Рис. 1.1. Самооценка социально-экономического положения студентов

В процессе исследования было выделено пять категорий респондентов:

- **очень бедные** – живем очень бедно, денег порой не хватает даже на питание – 2 %;
- **малообеспеченные** – относимся к малообеспеченным, денег едва хватает на одежду и питание – 5 %;
- **среднеобеспеченные** – относимся к среднеобеспеченным, на покупку дорогих вещей приходится копить деньги – 63 %;

- **высокообеспеченные** – живем достаточно обеспеченно, можем покупать дорогие вещи – 28 %;
- **богатые** – живем богато, можем позволить себе практически любые приобретения – 2 %.

В целом, судя по материалам других социологических исследований, социально-экономический состав студентов соответствует структуре населения Красноярского края.



Рис. 1.2. Самооценка студентами принадлежности к социальному слою

Данные, представленные на рис. 1.2, свидетельствуют о том, что наибольшее число студентов относит себя к среднему классу, что в целом соответствует представлениям о том, какой класс является «поставщиком» высококвалифицированных кадров и имеет доступ к высшему образованию. Ощутима доля студентов – представителей класса выше среднего. Доля первокурсников, представляющих высший и низший класс, незначительна. Отсюда можно предположить, что студенты – представители высшего класса имеют доступ к образованию за рубежом и в столичных вузах, а некоторые студенты – представители низшего класса просто не имеют доступа к высшему образованию в силу материально-экономических причин, что тоже в целом соответствует сегодняшней действительности и отражено в социально-классовом составе первокурсников.

Подавляющее большинство студентов-первокурсников, обучающихся в СФУ, – это жители города Красноярска, что говорит

о достаточно высоком уровне знаний, полученных ими в школах краевого центра и дающих возможность поступить в вуз такого масштаба. На втором месте студенты из малых городов Красноярского края, далее – студенты из сел, деревень и ПГТ края. Процент студентов – выходцев из других регионов пока незначителен. Возможно, это связано с наличием в вузах, находящихся на этих территориях, аналогичных специальностей, а также с экономическими сложностями, возникающими перед студентами, представляющими другие регионы. Между тем СФУ призван стать «кузницей кадров» не только для Красноярского края, но и для других регионов Сибири, что особо остро ставит задачу формирования притягательного имиджа университета и у потенциальных потребителей предоставляемых им образовательных услуг из соседних краёв, областей и республик Сибири.



*Рис. 1.3. Распределение студентов по месту получения среднего образования*

## 2. БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ И ЖИЗНЕННЫЕ ЦЕЛИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

В 2008 году было проведено два социологических исследования, посвященных изучению базовых ценностей и жизненных целей студентов, под руководством заведующего отделением социологии и общественных связей СФУ доктора социологических наук, профессора В.Г. Немировского: научно-исследовательские проекты «Социальный портрет первокурсника» и «Культура и студенты СФУ: понимание, отношение, представление». Основные результаты, полученные в ходе данных исследований и имеющие крайне важное значение для диагностики базовых ценностей и жизненных целей студентов, представлены ниже.

Специфика подхода, реализуемого в данных исследованиях, заключается в анализе массового сознания студентов на двух уровнях:

- а) поверхностном уровне социальных стереотипов, которые весьма подвижны и слабо влияют на социальную деятельность людей;
- б) глубинном уровне значительно более устойчивых, но мало осознанных представлений, непосредственно связанных с реальным поведением людей.

Традиционные опросы общественного мнения, результаты которых широко публикуются средствами массовой информации, отражают лишь верхний, малоустойчивый слой массового сознания. Они представляют интерес как отражение состояния массового сознания на некий определённый момент времени. Однако при соблюдении всех методических правил опросы общественного мнения имеют существенный недостаток: они не позволяют глубоко изучить и надёжно прогнозировать развитие социальных процессов. Значительно более богатую информацию даёт изучение глубоких слоёв массового сознания, для чего используются, например, методы статистического анализа данных, в частности корреляционный и факторный анализ.

Для обобщения данных по различным индикаторам, используемым в инструментарии, был применён факторный анализ, который мы понимаем как совокупность моделей и методов, ориентированных на выявление, конструирование и анализ внутренних (латентных, скрытых) факторов по информации об их внешних проявлениях.

Суть факторного анализа заключается в классификации переменных и/или категорий респондентов по однородным группам (фак-

торам, сегментам), которые отражают внутренние (скрытые) свойства системы переменных, характеризующих изучаемое явление.

Во всех исследованиях, представленных в данной монографии, сочетается анализ социальных стереотипов с изучением более глубоких, слабо осознанных феноменов в массовом сознании студентов СФУ. Зачастую социальные стереотипы (когнитивная информация, выявляемая стандартными методами исследования – одномерным статистическим анализом) противоречат содержанию глубинных слоёв массового сознания: при простом суммировании ответов на вопросы анкеты на первый план выходят одни факторы, а для мотивации поведения людей важнейшими являются другие.

Подобные противоречия есть отражение классического психологического феномена – несовпадения между словами, мыслями и поступками людей. Это также важно учитывать для правильного понимания любых социальных процессов.

В результате суммирования ответов студентов на вопрос анкеты «Что является для вас главным в жизни?» наиболее распространены оказались следующие ценности-цели (см. рис. 1.4):

- *карьера* – 54 %;
- *занятие любимым делом* – 52 %;
- *семья* – 50 %;
- *любовь* – 47 %;
- *материальное благополучие* – 44 %.

Нельзя не отметить, что *обретение смысла жизни* представляется важным только каждому пятому первокурснику (22 %), *творчество* – 15 %, *справедливость* – 12 %, *чистая совесть* – 12 %, *процветание Родины* – 9 % и *приносить пользу людям* – 9 %.

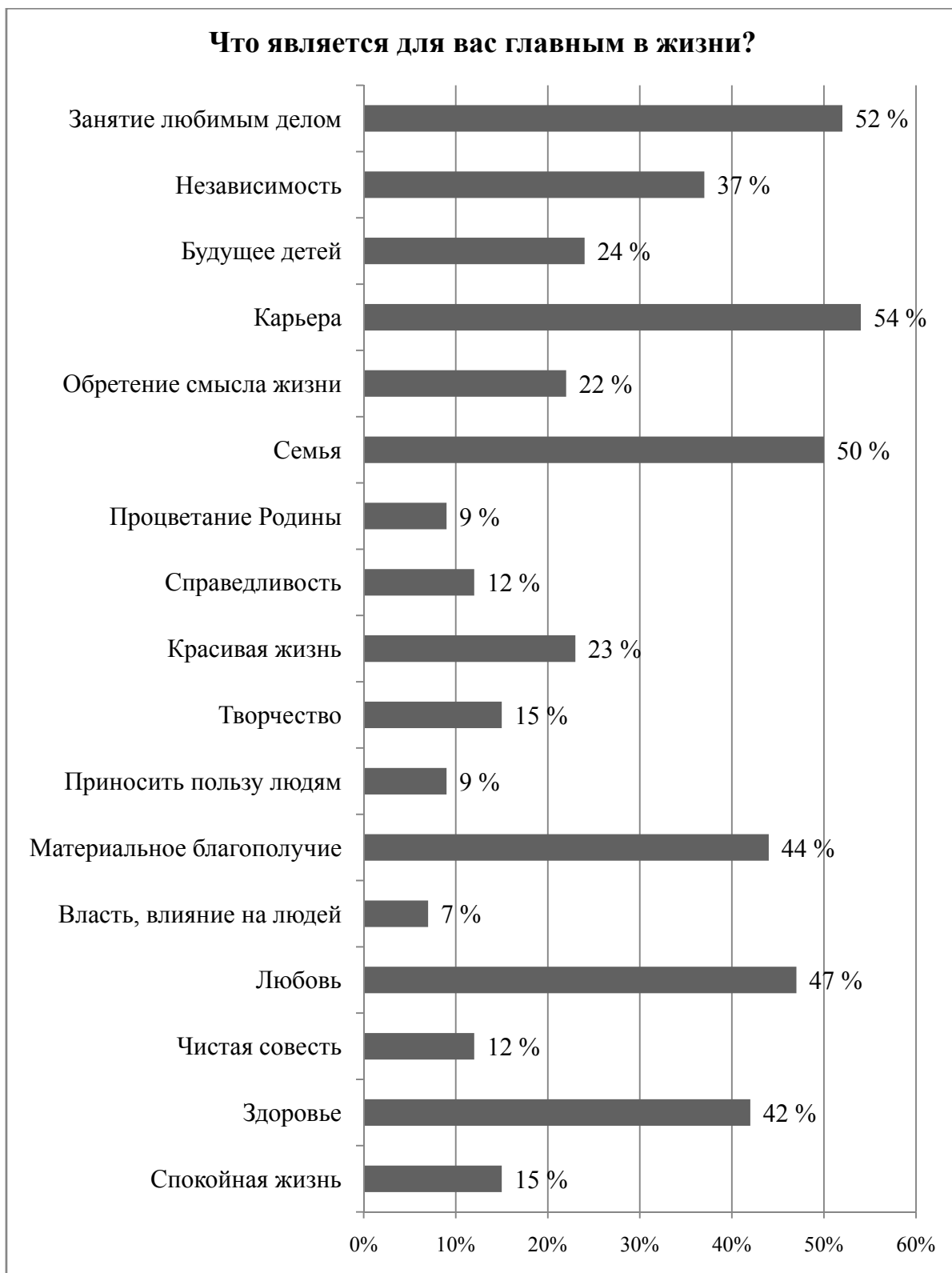
Таким образом, терминальные ценности, наиболее распространенные в массовом сознании первокурсников, носят ярко выраженный индивидуалистический и потребительский характер.

С помощью факторного анализа была выявлена структура жизненных ценностей, зафиксированная у респондентов на бессознательном уровне. Данная структура представлена шестью факторами.

Первый фактор – *обретение смысла жизни* на фоне отрицания *материального благополучия* и *здоровья*. Описательная сила: 9 %.

Второй фактор – *справедливость, процветание Родины, польза людям, чистая совесть* с одновременным отрицанием *занятия любимым делом* и *карьеры*. Описательная сила: 8,7 %.

Третий фактор – *красивая жизнь, власть и влияние на людей*. Описательная сила: 8,6 %.



*Рис. 1.4. Распределение ответов на вопрос «Что является для вас главным в жизни?»*

Четвертый фактор – *будущее детей* и отрицание *творчества*.  
Описательная сила: 8,5 %.

Пятый фактор – *семья, любовь* и отрицание *независимости*.  
Описательная сила: 8,1 %.

Шестой фактор – *спокойная жизнь*. Описательная сила: 6,6 %.

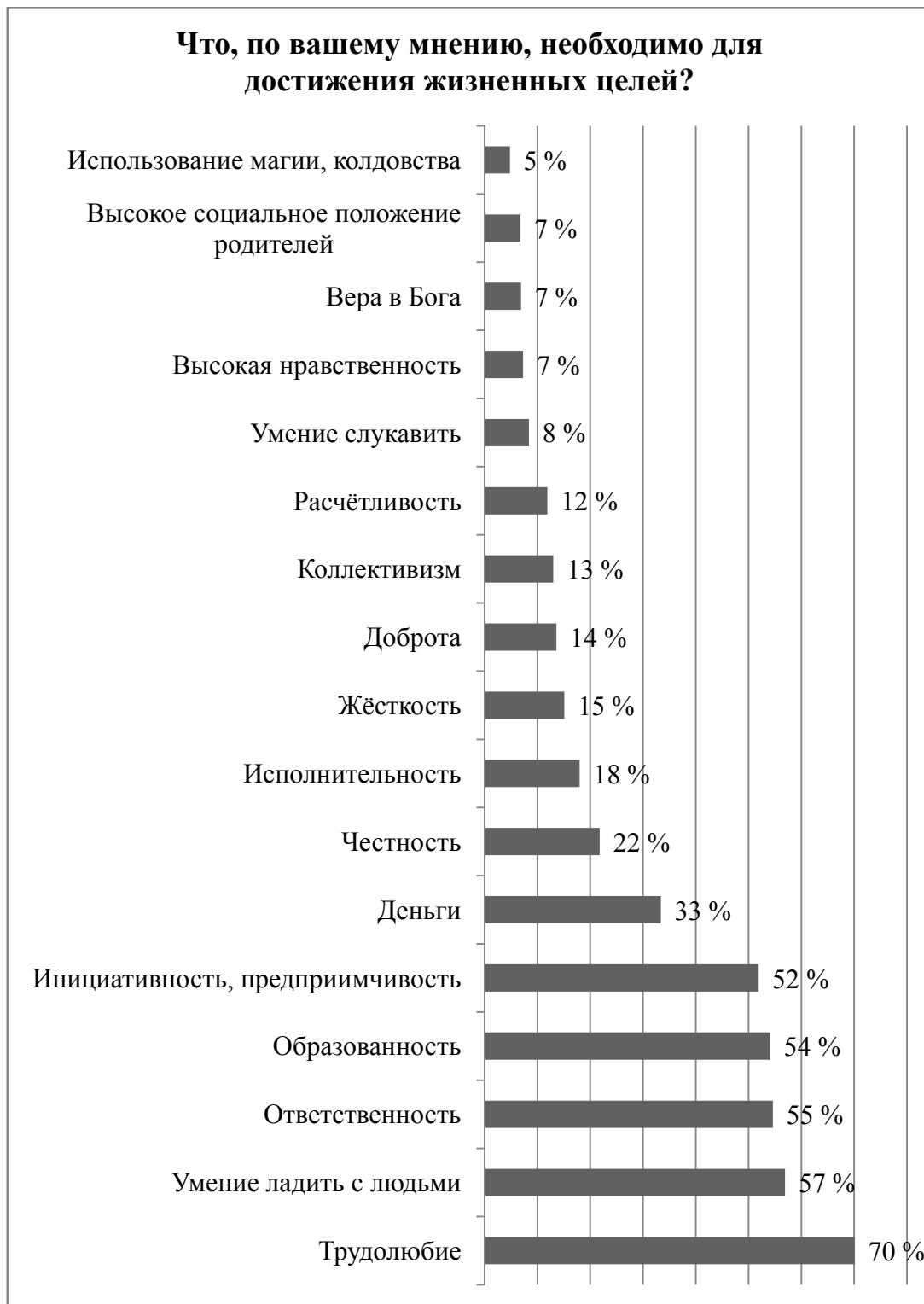
По данным корреляционного анализа, для значительной части студентов бывшего Политехнического института главной ценностью является *спокойная жизнь* и не имеет значения *карьера*. Студенты бывшего Института естественных и гуманитарных наук чаще считают главным для себя *творчество* наряду с *властью, влиянием на людей*, но многим из них безразлично *будущее детей*. Для значительной части студентов бывшего Института цветных металлов и золота более важны такие ценности, как *любовь* и *творчество*. Напротив, основной ценностью для многих студентов бывшего Института архитектуры и строительства является *карьера*, в то время как *творчество* и *любовь* для них не имеют значения.

Значимых различий в ценностных ориентациях у студентов, обучающихся на бюджетной и внебюджетной основе, не обнаружено.

Как видим, на уровне массового бессознательного первокурсников присутствует структура ценностных ориентаций, заметно более позитивная с точки зрения интересов социума. При этом характерно, что ценности *независимость* и *материальное благополучие*, не связанные ни с одним фактором, присутствуют лишь на поверхностном, вербальном уровне. Иными словами, эти ценности навязываются молодёжи социальным окружением в широком смысле этого слова, однако не играют для них мотивирующей роли. В значительной степени это связано с возрастом студентов первого курса, большинству из которых 17-18 лет, многие проживают в родительской семье или находятся на полном содержании своих ближайших родственников. И это их вполне устраивает, ибо такие цели, как материальное благополучие и независимость, пока ими только декларируются (рис. 1.5).

Как показывает распределение ответов респондентов, наиболее распространёнными ценностями-средствами в массовом сознании студентов среди 17 ценностей, включённых в анкету, являются:

- *трудолюбие* – 70 %;
- *умение ладить с людьми* – 57 %;
- *ответственность* – 55 %;
- *образованность* – 54 %;
- *инициативность, предприимчивость* – 52 %.



*Рис. 1.5. Распределение ответов на вопрос «Что, по вашему мнению, необходимо для достижения жизненных целей?»*



Обращает на себя внимание, что честность в качестве необходимого средства для достижения своих жизненных целей отметили только 22 % первокурсников, доброту – 14 %, коллективизм – 13 %, высокую нравственность – 7 %, веру в Бога – 7 %. Между тем 8 % респондентов признались, что им необходимо умение слукавить, 7 % – высокое социальное положение родителей, 5 % – использование магии и колдовства.

С помощью факторного анализа были выявлены семь факторов, включающих в себя различные инструментальные ценности, необходимые, по мнению респондентов, для достижения ими своих жизненных целей.

Первый фактор включает в себя такие инструментальные ценности, как *деньги* и *высокое социальное положение родителей*, наряду с отрицанием *ответственности*. Описательная сила: 9,4 %.

Второй фактор выделяет в качестве главных ценностей *жесткость* и *расчетливость*, но при этом отрицаются трудолюбие и образованность. Описательная сила: 9,1 %.

Третий фактор характеризуется следующими элементами: *использование магии, колдовства* и *вера в Бога*. Описательная сила: 8,9 %.

Четвертый фактор выделяет в качестве главных компонентов *честность* и *доброту*. Описательная сила: 8,1 %.

Пятый фактор характеризуется *умением ладить с людьми* и *умением слукавить*. Однако отрицается такой элемент, как *ответственность*. Описательная сила: 7 %.

Шестой фактор отражает *коллективизм* как главный компонент, необходимый для достижения жизненных целей, с отрицанием *инициативности* и *предприимчивости*. Описательная сила: 6,8 %. Судя по всему, под коллективизмом респонденты понимают конформизм.

Седьмой фактор выделяет в качестве главного элемента *нравственность*. Описательная сила: 6,5 %.

Важно подчеркнуть, что во внутренней структуре ценностей-средств в массовом бессознательном первокурсников преобладают те способы достижения своих жизненных целей, которые ещё два десятилетия назад считались безнравственными: деньги и высокое социальное положение родителей, жёсткость и расчётливость, умение слукавить, приравненное к умению ладить с людьми, использование магии, колдовства вкупе с верой в Бога. Последняя тем самым рассматривается как один из магических ритуалов, способствующих достижению желаемого результата: успеха в жизни.

Такие же исключительно важные для достижения успеха в жизни в нашем обществе инструментальные ценности, как *образованность, ответственность и трудолюбие*, усвоены первокурсниками только на вербальном уровне, ибо практически не связаны ни с одним фактором или отвергаются в большинстве из них (табл. 2.1).

Таблица 2.1

**Распределение ответов на вопрос «Какое значение, на ваш взгляд, имеют в жизни человека перечисленные ниже виды деятельности?» (2008 г., %)**

Варианты ответов	Очень большое	Довольно большое	Относительно малое	Не имеет никакого значения	Затрудняюсь ответить
Учеба	52	41	5	1	1
Общественная работа	13	43	34	8	2
Занятия спортом	29	43	25	2	1
Общение с друзьями	54	36	7	1	2
Создание семьи, семейная жизнь	53	31	11	2	3
Посещение театров, выставок, музеев	11	40	42	5	2
Просмотр ТВ, прослушивание радио	8	33	48	9	2
Общение с любимым человеком	60	31	6	2	1
Работа по специальности	29	39	23	7	2
Посещение кинотеатров	10	33	47	8	2
Посещение клубов, кафе	9	23	49	17	2
Чтение книг	25	45	21	7	2
Хобби	16	13	5	2	64

Выявлена определённая специфика в ценностных ориентациях студентов различных институтов СФУ. Для достижения жизненных целей студентам бывшего Политехнического института чаще необходимы *высокое социальное положение родителей и деньги*, при этом они склонны отрицать *ответственность, исполнительность и образованность*. Студентам бывшего Института естественных и гуманитарных наук для достижения их жизненных целей чаще необходимы:

*инициативность, предприимчивость, ответственность, исполнительность.* При этом *использование магии и колдовства* ими отвергается. Для студентов бывшего Института цветных металлов и золота нередко важными являются *честность, а также использование магии и колдовства*, но при этом они часто отрицают *инициативность и предприимчивость*. Студенты бывшего Института архитектуры и строительства зачастую полагают, что для достижения жизненных целей нужны *образованность, расчетливость, инициативность и предприимчивость*, но абсолютно не нужны *честность и доброта*.

Большое значение для студентов имеют *учеба – 52 %*, *общение с друзьями – 54 %*, *создание семьи, семейная жизнь – 53 %*, *общение с любимым человеком – 60 %* (см. табл. 2.1). Также весьма значимы (сумма ответов «очень большое значение» и «довольно большое значение») *занятия спортом (72 %)*, *чтение книг (70 %)*, *работа по специальности (68 %)*, *общественная работа (56 %)* и *посещение театров, выставок, музеев (51 %)*. Относительно малое значение для практически половины опрошенных студентов имеют *посещение клубов, кафе (49 %)*, *просмотр ТВ, прослушивание радио (48 %)*, *посещение кинотеатров (47 %)*. *Просмотр ТВ и прослушивание радио*, как и *посещение клубов и кафе*, лидируют среди наименее значимой деятельности для студентов, 9 % и 17 % респондентов соответственно указали вариант ответа «не имеет никакого значения» при ответе на этот вопрос. Примечательно, что две трети опрошенных студентов затруднились оценить *хобби* по степени важности; возможно, у них попросту его нет.

Факторный анализ позволил выделить пять примерно равных по объему групп респондентов (в зависимости от значимости предложенных видов деятельности).

1. Молодые люди и девушки, для которых важнее всего активный отдых, развлечения. Варианты ответа: *занятия спортом, посещение кинотеатров, посещение клубов, кафе*. Описательная сила: 19,3 %.
2. Студенты, которые на первое место ставят общение, ближайший круг людей. Варианты ответа: *общение с друзьями, создание семьи, семейная жизнь, общение с любимым человеком*. Описательная сила: 15,3 %.
3. Студенты, у которых на первом месте стоит профессиональное становление и желаемая работа. Варианты ответа: *учеба, работа по специальности*. Описательная сила: 13,1 %.
4. Студенты, которые имеют активную жизненную позицию, интересуются окружающим миром и происходящими в нём

событиями. Варианты ответа: *посещение театров, выставок, музеев; просмотр TV, прослушивание радио; чтение книг.* Описательная сила: 12, 4%.

Как показал опрос, студентов скорее интересует, чем не интересует (сумма ответов «очень интересуюсь» и «интересуюсь в значительной мере»), *спорт* (60 %) и *техника* (54 %) (табл. 2.2). При этом более половины опрошенных не интересуют (сумма ответов «интересуюсь в незначительной степени» и «совсем не интересуюсь») – *политика* (61 %), *экономические проблемы* (58 %), *проблемы морали* (55 %), *культура* (54 %), *природа* (49 %), *мода* (50 %).

Таблица 2.2

**Распределение ответов на вопрос «В какой мере в настоящее время вы интересуетесь?...» (2008 г., %)**

Варианты ответов	очень интересуюсь	интересуюсь в значительной мере	интересуюсь в незначительной степени	совсем не интересуюсь	загрудняюсь ответить
Политикой	10	22	43	18	7
Спортом	28	32	27	8	5
Экономическими проблемами	9	26	41	17	8
Вопросами моды	15	26	28	22	9
Культурой	10	30	43	11	6
Природой	12	31	38	11	8
Техникой	23	31	24	16	6
Проблемами морали	9	24	38	17	12

Однако факторный анализ показал несколько иную картину. Так, в результате факторного анализа студенты распределились на 4 неравных группы:

1. Наибольшая по объему группа включает респондентов, интересующихся «высокими» вопросами. Варианты ответа: *интересуюсь культурой, природой, моралью.* Описательная сила: 25,6 %.
2. Во вторую группу вошли респонденты, которых волнуют политические и экономические вопросы. Варианты ответа: *ин-*

тересуюсь политикой, экономическими проблемами. Описательная сила: 19,0 %.

3. Третья группа представлена студентами, любящими технику и совершенно не интересующимися модой. Варианты ответа: *интересуюсь техникой и не интересуюсь вопросами моды*. Описательная сила: 14, 7%.

4. Четвертая группа объединяет любителей спорта. Вариант ответа: *интересуюсь спортом*. Описательная сила: 13, 8%.

Любопытно мнение студентов об успешном человеке (табл. 2.3). Удивительно, но молодые люди и девушки, получающие высшее образование, не согласны с тем, что успешный человек (сумма вариантов ответа «скорее не согласен, чем согласен» и «полностью не согласен») регулярно повышает свой уровень культуры и образования.

Таблица 2.3

**Распределение ответов на вопрос «Согласны ли вы со следующими утверждениями?» (2008 г., %)**

Варианты ответа	Согласен полностью	Скорее согласен, чем не согласен	Скорее не согласен, чем согласен	Полностью не согласен	Затрудняюсь ответить
Успешный человек много читает	15	40	27	11	7
Успешный человек посещает библиотеки	8	22	44	20	6
Успешный человек посещает учреждения культуры (театры, музеи и т. д.)	16	39	28	10	7
Успешный человек пользуется сетью Интернет	47	34	10	5	4
Успешный человек регулярно пополняет свою библиотеку	17	37	26	12	8
Успешный человек смотрит канал «Культура»	6	15	37	29	13
Успешный человек читает классическую художественную литературу	11	26	36	17	10
Успешный человек читает статьи и книги об искусстве	6	24	41	17	12
Успешный человек смотрит передачи об искусстве и культуре	5	20	41	21	13
Успешный человек пытается себя выразить в творчестве	18	36	27	9	10

Согласно результатам исследований, «вырисовывается» следующий портрет успешного человека в глазах студентов, в котором доминирует лишь одна черта: он пользуется сетью Интернет (47 %). Все другие выделенные характеристики успешного человека, связанные с различными культурными практиками и творческой деятельностью, для большинства опрошенных представляются менее значимыми.

Учитывая многонациональный состав населения региона, важно оценить уровень толерантности студентов вузов Красноярского края, социальную дистанцию между респондентами и представителями других национальностей. Высшее образование среди многих функций выполняет гуманитарную задачу – способствует формированию толерантного, культурного, уважительного отношения к мультикультурной социальной среде.

Как показал опрос<sup>1</sup>, в целом 79 % студентов сообщили, что среди их друзей и близких есть представители других национальностей, причем доля студентов из Норильска (87 %) превышает аналогичный показатель в Красноярске (74 %) на 13 %. Что касается отношения к представителям других национальностей, то чаще всего студенты вузов Красноярска и Норильска выражают согласие быть с ними в дружеских отношениях (90 %), учиться в одной группе (91 %), быть жителями одного города, поселка (91 %) и быть гражданами одного государства (87 %), реже – быть сослуживцами и близкими соседями (по 84 %). Менее всего студенты согласны вступать в брачные отношения с представителями других национальностей, проживающих в Красноярском крае (45 %). При этом студентов из Норильска, готовых вступить в брачные отношения с представителем другой нации, оказалось на 30 % больше, чем студентов из Красноярска.

Важно отметить, что студенты из Норильска демонстрируют меньшую социальную дистанцию с представителями других национальностей по всем типам социальных отношений, представленных в опросе. В том числе студенческая молодежь Норильска более лояльно относится к многонациональной внешней среде: 57 % респондентов нейтрально относятся к факту проживания в многонациональной среде, в то время как среди опрошенных студентов в Красноярске тако-

---

<sup>1</sup> Этническая и религиозная толерантность учащейся молодежи Красноярского края на примере г. Красноярска и г. Норильска. Отчет по результатам социологического исследования. – Красноярск: Филиал НОУ ВПО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в Красноярске, 2010. – С. 14–29.

вых всего 41 %. Практически три четверти опрошенных студентов в г. Норильске согласны с утверждением, что «все народы – и большие, и малые – должны иметь в России равные возможности для сохранения своего языка, религии, традиций и обычаев» – 72 %, среди красноярцев поддерживают эту точку зрения только 66 %.

Таким же образом респонденты с севера Красноярского края продемонстрировали большую толерантность к приезжим: только четверть респондентов в Норильске (24 %) и треть – в Красноярске (35 %) согласились с утверждением, что нужно ограничивать проживание в их городе представителей народов Кавказа и Средней Азии. 24 % опрошенных студентов в Красноярске и всего 11 % респондентов в Норильске полагают, что народы, которые имеют свою историческую родину за пределами России, должны уехать туда. Примечательно, что 41 % норильчан и 34 % красноярцев затрудняются с ответом на этот вопрос и не согласны – 48 и 42 % соответственно.

В целом 22 % студентов согласны с тем, что чем больше национальностей в крае, тем лучше (25 % – студенты Норильска и 20 % – студенты Красноярска), несогласие выразили 35 % (28 и 39 %), затруднились с ответом 43 % студенческой молодежи Красноярского края (47 и 41 %). Как видим, этническая толерантность студенческой молодежи Красноярского края имеет поселенческую специфику.

### **3. СВОБОДНОЕ ВРЕМЯПРОВОЖДЕНИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ**

В современной России культура стала играть очень незначительную роль, при этом показатель культуры общества является одним из основных показателей уровня развития государства. Часть современной молодёжи вообще не считает нужным развиваться в культурном плане, среди большинства посетителей музеев, выставок, театров мы видим людей старшего поколения. Однако именно молодёжь определяет будущее развитие жизни. Поэтому необходимо иметь наглядное представление о том, что значит культура для молодых людей. Особенно хотелось бы выделить студентов Сибирского федерального университета, современного вуза для подготовки высококвалифицированных специалистов. В конечном итоге именно эти студенты будут самыми востребованными на рынке труда. И именно они будут создавать уровень культуры нашего общества. Очень важно во время обучения молодых людей и девушек в университете определить уровень культуры студентов и содействовать, помогать, подталкивать молодых людей повышать свой культурный уровень, стремиться к саморазвитию и совершенствованию.

Как свидетельствуют данные, приведенные в табл. 3.1, в свободное время большинство студентов регулярно общаются с друзьями (52 %) и слушают дома музыку (46 %), часто занимаются активными видами отдыха (38 %) и работают на компьютере (40 %). При этом 47 % студентов никогда не занимаются художественным творчеством, почти 58 % редко посещают библиотеки и театр, а также читают книги (46 %) и статьи в Интернете (37 %).

Использование факторного анализа позволило выделить такие типы свободного времяпровождения среди студентов:

#### **1. Активное увлечение культурной жизнью.**

В эту группу вошли такие ответы, как: занимаюсь художественным творчеством; посещаю театр, библиотеки; читаю газеты, журналы; читаю книги. Описательная сила фактора: 14,6 %.

#### **2. Физически активное времяпровождение.**

Выбранные варианты ответов: общаюсь с друзьями; занимаюсь спортом; занимаюсь активными видами спорта (13,8 %).

#### **3. Умственная работа за компьютером.**

Варианты ответов: работаю на компьютере; читаю статьи в Интернете (13,3 %).



Таблица 3.1

**Распределение ответов на вопрос  
«Как вы проводите своё свободное время?» (2008 г., %)**

Варианты ответа	Нико-гда	Редко	Часто	Регу-лярно
1. Смотрю телевизор	8	53	28	11
2. Общаюсь с друзьями	-	9	39	52
3. Занимаюсь спортом	7	43	29	21
4. Занимаюсь художественным творчеством	47	36	17	6
5. Посещаю театр, библиотеки	25	58	14	2
6. Читаю газеты, журналы	10	43	34	14
7. Занимаюсь активными видами отдыха	7	37	38	18
8. Посещаю дискотеки, бары, рестораны	13	47	27	13
9. Играю в азартные игры	67	24	5	4
10. Слушаю дома музыку	1	11	42	46
11. Занимаюсь домашним хозяйством	8	40	35	17
12. Работаю на компьютере	3	28	40	28
13. Читаю книги	12	46	25	16
14. Читаю статьи в Интернете	18	37	25	19

**4. Домашнее пассивное проведение свободного времени.**

Варианты ответов: слушаю дома музыку; занимаюсь домашним хозяйством (12,6 %).

**5. Увлечение азартными играми.**

В эту группу вошёл только один вариант: играю в азартные игры (8,7 %).

**6. Просмотр телевизора.**

Данный фактор описывается лишь одним вариантом ответа: смотрю телевизор (8,4 %).

Как показано в табл. 3.2, по мнению студентов, люди с наиболее высоким уровнем культуры работают, естественно, в учреждениях культуры (музеи, библиотеки, театры) – 73 % и в системе образования – 62 %. В представлениях студентов наиболее низким культурным уровнем обладают работники правоохранительных органов – так считают всего лишь 9 % респондентов.

**Распределение ответов на вопрос  
«По вашему мнению, где работают люди  
с высоким уровнем культуры?»**

Варианты ответа	Проценты
Шоу-бизнес	14
Административные структуры	28
Частный бизнес	12
Учреждения культуры (музеи, библиотеки, театры)	73
Спорт	17
Сфера образования	62
Сфера здравоохранения	29
Правоохранительные органы	9
Юстиция	27
Крупные промышленные предприятия	13

Вместе с тем результаты суммирования вербальных данных по этому вопросу не соответствуют итогам факторного анализа. Всего выделено шесть латентных переменных, характеризующих типы представлений студентов о том, где работают **«люди с высоким уровнем культуры»**.

1. **Самые культурные люди работают в сфере бизнеса.** Варианты ответов: частный бизнес, шоу-бизнес, крупные промышленные предприятия. Описательная сила фактора: 21,2 %.

2. **Люди с высоким уровнем культуры работают в государственных и судебных структурах.** Варианты ответов: административные структуры, правоохранительные органы, юстиция (17,8 %).

3. **Социальная сфера как место работы людей с высоким уровнем культуры.** Ответы: учреждения культуры (музеи, библиотеки, театры); сфера образования (10,4 %)

4. По мнению одной из групп студентов, **самые культурные люди работают в сфере здравоохранения, спорта (9,7 %).**

Таким образом, напрашивается вывод, согласно которому на уровне массового бессознательного на представления студентов о сфере деятельности, где работают наиболее культурные люди, существенным образом влияют их мечты, надежды и планы, связанные с будущим местом собственной работы. Именно там, естественно предположить, и работают «самые культурные люди» – вряд ли кто из

опрошенных считает себя малокультурным человеком и видит себя в будущем на работе в окружении малокультурных людей.

В процессе контент-анализа ответов студентов на вопрос «Что, по вашему мнению, включает в себя понятие «культура»?» были выделены наиболее популярные группы ответов:

1. «Поведение» – 30 % респондентов. Очевидно, что, по мнению студентов СФУ, понятие «культура» ассоциируется с манерами поведения в обществе, с культурой поведения в целом.
2. «Всё, что создано человеком». Такой ответ дали 12 % респондентов. Предположительно, такую интерпретацию термина «культура» студенты усвоили в ходе обучения в университете.
3. «Образование» – 11 % респондентов.
4. «Искусство» – 10 % респондентов.
5. «Ценности» – 6 % респондентов. Были указаны как материальные, так и духовные ценности.
6. «Уровень развития человека» – 6 % респондентов.
7. «Мораль» – 5 % респондентов.
8. «Достояние народа, нации» – 5 % респондентов.
9. «Этикет» – 4 % респондентов.
10. «Традиции, обычаи» – 4 % респондентов.
11. «Воспитание» – 3 % респондентов.
12. «Внутренний мир человека» – 2 % респондентов.
13. «Восприятие мира» – 2 % респондентов.

Наряду с вышеперечисленными отдельными респондентами были также даны ответы: «творчество», «институты», «нормы», «этап развития общества».

Контент-анализ ответов студентов на открытый вопрос «Какой человек, по вашему мнению, является культурным?» показал: большая часть респондентов (30 % и 18 %) считают, что культурный человек – это тот, который умеет вести себя в обществе и обладает высоким образованием. Также были высказаны ответы: «посещающий музеи, выставки; читающий книги» (6 %), «любящий окружающих людей, следующий моральным принципам» (по 5 %) и другие. Радует, что студенты упоминают такие категории, как «образованный», «умеющий вести себя в обществе», однако не ясно, что они вкладывают в эти понятия.

3 % опрошенных считают, что культурный человек – это они сами. Хочется верить, что это так и есть, а эти ответы не являются банальным хвастовством.

В целом студенты считают, что культурный человек – это человек, который умеет вести себя в обществе, следующий моральным принципам и развивающийся духовно. Остается надеяться, что молодежь стремится к своему образу культурного человека.

Анализ ответов студентов на вопрос «Считаете ли вы себя культурным человеком?» показал, что большинство респондентов считают себя культурными людьми, – 62 % . Только 9 % не считают себя таковыми. Со значительной долей неуверенности и в различных формулировках 18 % опрошенных всё же признали себя культурными людьми.

Контент-анализ ответов студентов на вопрос «Как вы считаете, существует ли взаимосвязь между успехом человека в жизни и его уровнем культуры?» свидетельствует, что почти половина опрошенных (45 %) считают, что существует взаимосвязь между успехом человека в жизни и его уровнем культуры. Можно полагать, что, для того чтобы быть в жизни успешным, студенты будут стремиться повышать свой культурный уровень. Однако немалая часть опрошенных решила (21 % – нет и 16 % – не всегда), что этой связи нет или она необязательна. При этом 4 % опрошенных ответили «не знаю», 14 % вообще затруднились с ответом. Итак, мнения респондентов разделились почти поровну.

На вопрос «Как вы считаете, в современном мире необходимо быть культурным?» наиболее популярным был ответ «Да» – 77 % респондентов. Отрицательно высказались 15 % студентов. «Не всегда, по ситуации» – считают 5 % респондентов. Наконец, ответ «Не знаю» или «Затрудняюсь ответить» был получен от 3 % респондентов.

Контент-анализ ответов на вопрос «Стремитесь ли вы повышать свой культурный уровень? Каким образом?» показал, что подавляющее большинство респондентов – 68 % – стремятся повышать свой уровень культуры. Причем используют для этого в основном чтение и посещение культурных мероприятий и учреждений. Очевидно, что чтение, так же как и посещение учреждений культуры, не перестало играть важную роль в повышении уровня культуры молодежи.

Несмотря на то, что Интернет сегодня присутствует практически во всех сферах нашей жизни, средством повышения уровня культуры его назвали лишь 2 % студентов. Многие респонденты не указали, каким именно образом они повышают свой уровень культуры, ограничившись тем фактом, что свой уровень культуры они стремятся повышать.

18 % респондентов ответили, что не стремятся повышать свой уровень культуры. Причём некоторые мотивируют это тем, что

«культурный уровень повышается сам», отсутствием свободного времени и даже: «И так нормально» или «Куда уж выше».

Не ответили на этот вопрос или затруднились с ответом 12 % опрошенных.

Результаты контент-анализа ответов студентов на вопрос «Каким образом университет может способствовать повышению культурного уровня студентов?» позволяют сделать некоторые выводы относительно того, как университет может способствовать повышению культурного уровня студентов.

Самым важным средством повышения культурности, по мнению студентов, является проведение культурных мероприятий в стенах университета (19 % опрошенных), несколько меньшую значимость студенты придают самому образованию, его уровню и качеству (18 %). Также, по их мнению, очень важным является введение специальных предметов по культуре (13 %).

Многие студенты называют необходимость организации встреч с интересными, культурными людьми, а также предоставление студентам бесплатных или льготных билетов на культурные мероприятия, проходящие в городе. С этим может быть связан еще один способ повышения культурности – материальное стимулирование студентов (повышение стипендии). Стимулировать студентов возможно и нематериально – создавая в университете различного рода кружки, которые бы позволяли развивать свои творческие способности, а также участвовать в общественной жизни университета.

Интересно, что 7 % студентов отметили, что университет никак не может помочь студентам повысить их культурный уровень. Разумеется, с таким мнением трудно согласиться. Как показывает практика, за последние годы в Сибирском федеральном университете создана достаточно эффективная система культурного развития студенческой молодёжи, включающая множество разных аспектов. Вместе с тем, на наш взгляд, до сих пор существует такая проблема, как невысокий культурный уровень ряда абитуриентов, поступивших в вуз, ставших первокурсниками, их недостаточная мотивация к собственному культурному развитию.

## 4. СТУДЕНЧЕСКАЯ ЗАНЯТОСТЬ И БУДУЩАЯ ПРОФЕССИЯ

Предпочтительной формой обучения для студентов-первокурсников на момент проведения опроса по-прежнему являлся традиционный специалитет (86 %). При проведении опроса многим первокурсникам требовались дополнительные разъяснения по поводу того, что представляет собой бакалавриат, поскольку большинство из них имеет смутные представления, чем характеризуется данная форма обучения (сроки обучения, практические возможности применения). В связи с этим при ответе на вопрос «Собираетесь ли вы продолжать свое образование в магистратуре?» большинство опрошенных выбрало вариант *Еще не решил(а)* (58 %), что обусловлено именно недостаточной осведомленностью (см. рис. 4.1). И только каждый пятый из опрошенных (20 %) хотел бы продолжить своё обучение в магистратуре (см. рис. 4.2).

Согласно результатам корреляционного анализа, у первокурсников, обучающихся на различных «площадках», существует специфика в выборе формы обучения в зависимости от места учёбы. Так, многие студенты бывшего Политехнического института при выборе формы обучения предпочли бы стать специалистами и, соответственно, продолжать свое образование в магистратуре не собираются. О том, будут ли они работать по специальности, получаемой в СФУ, респонденты зачастую еще не задумывались. Высшее образование, по мнению этих респондентов, оказывает влияние на успешность человека в жизни, но незначительное. Те первокурсники, которые приняли решение получать второе высшее образование, получают его в данный момент в этом институте СФУ.

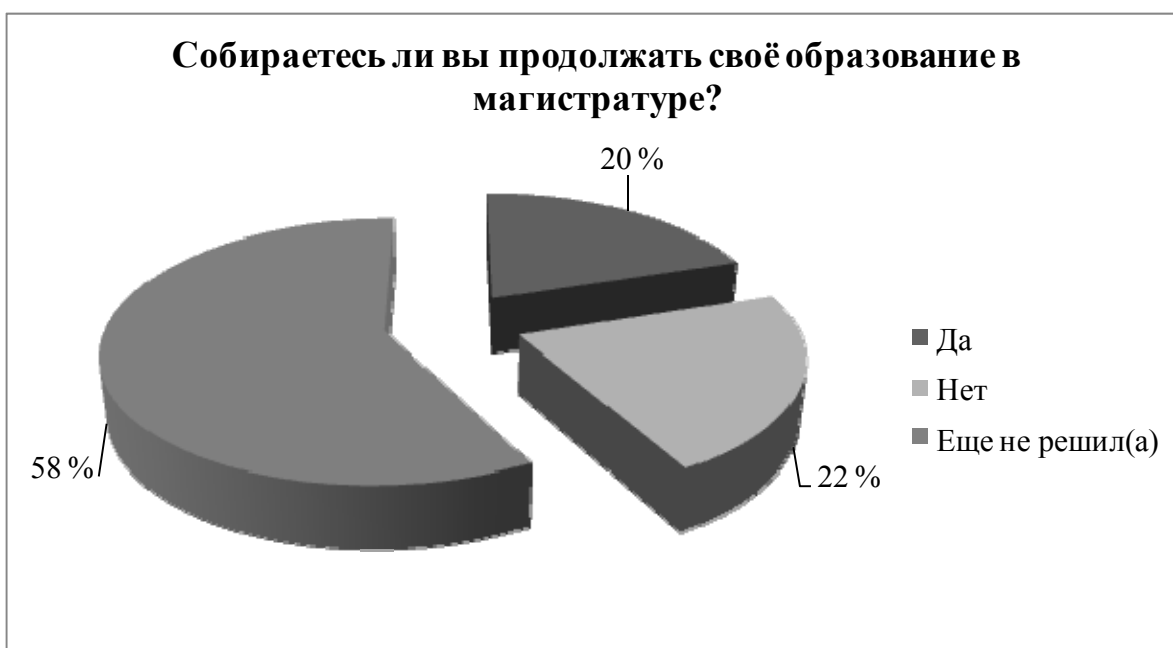
Значительная часть студентов бывшего Института естественных и гуманитарных наук, напротив, предпочли бы стать бакалаврами и продолжить свое образование в магистратуре. Но эти респонденты также еще не задумывались, будут ли они работать по специальности, которую получают. Высшее образование, по их мнению, в значительной степени влияет на успешность человека в жизни.

Для многих студентов бывшего Института цветных металлов и золота предпочтительной является традиционная форма обучения (специалист). Продолжать свое образование в магистратуре они не собираются и, более того, отвергают такую возможность. Также ими отвергается перспектива работы по специальности. Некоторые из

респондентов еще не задумывались об этом, а часть из них уже твердо решили не работать по получаемой специальности. При этом они полагают, что высшее образование влияет на успешность человека в жизни в значительной степени, и собираются получить второе высшее образование до окончания своего института СФУ.



*Рис. 4.1. Предпочтения в выборе формы обучения при поступлении в вуз*



*Рис. 4.2. Планы на продолжение образования в магистратуре*

Первокурсники бывшего Института архитектуры и строительства при выборе формы обучения в большинстве своем *затруднились* с ответом. Точно так же они *затруднились* с ответом на вопрос о том, *собираются ли они продолжить свое образование в магистратуре*, однако при этом отметили *незначительность* для себя такой возможности. Респонденты выразили свою *готовность работать по специальности, получаемой в СФУ*, и отметили, что *высшее образование в значительной степени влияет на успешность человека в жизни*. Многие студенты данного вуза *не определились* в отношении того, будут ли они *получать второе высшее образование*, но точно *не собираются делать этого до окончания своего института СФУ*.

Таблица 4.1

**Распределение ответов на вопрос «Собираетесь ли вы работать по специальности, получаемой вами в СФУ?» (2008 г.)**

Варианты ответа	Проценты
Да, собираюсь	53
Пока сложно сказать	42
Нет, не собираюсь	5

Как показано в табл. 4.1, собираются работать по специальности, полученной в СФУ, практически половина первокурсников (53 %). Результаты исследования по данному вопросу также свидетельствуют о слабой осознанности выбора конкретной профессии, неготовности к ее практическому применению и отсутствию у юношей и девушек четких представлений о том, какое место выбранная специальность занимает на рынке труда. Очень большая доля тех, кто выбрал вариант *пока сложно сказать* (42 %), на наш взгляд, обусловлена недостаточным пониманием первокурсниками содержания получаемой профессии, размытостью перспектив каждой конкретной специальности в будущем, а также отсутствием у многих из них четкой профессиональной направленности. Как известно, большинство студентов выбирают не конкретную профессию, а просто высшее образование как способ достижения определённого социального статуса. При этом некоторые из них (точнее, их родители, знакомые, школьные учителя) в лучшем случае при выборе будущего профиля обучения учитывают также склонности и способности (например, к изучению гуманитарных или точных дисциплин). Об этом также свидетельствуют ответы студентов на вопрос: «Как вы считаете, насколько высшее образование влияет на успешность человека в жизни».



ни?» Как показано на рис. 4.3, подавляющее большинство студентов считает, что высшее образование является залогом успешности человека в жизни (74 %). И лишь малый процент полагает, что его влияние незначительно (18 %). Здесь проявляется внутренняя установка на получение высшего образования как неперенный залог успешности, прививаемая со школьной скамьи и глубоко укоренившаяся в массовом сознании молодёжи.



*Рис. 4.3. Мнение студентов о степени влияния высшего образования на успешность человека в жизни*

Крайне тревожной, на наш взгляд, является **массовая ориентация первокурсников на получение второго высшего образования** (подчеркнём, что она была выявлена нами несколько лет назад, в настоящее время ситуация могла измениться). Эта тенденция прослеживается при ответе на вопрос *Собираетесь ли вы получить второе высшее образование?* (см. рис. 4.4). Значительное количество студентов собирается получать второе высшее образование как до (23 %), так и после окончания первого (21 %). Некоторые уже его получают (3 %). Многие из опрошенных первокурсников пока не определились с этим вопросом (37 %). В целом среди первокурсников уже получают второе высшее или планируют его получить около половины опрошенных (47 %). Это свидетельствует, прежде всего, об отсутствии у большинства первокурсников позитивного отношения к избранной профессии, отчасти – раннем разочаровании в ней, случайном выборе

ими факультета или получаемой специальности, неуверенности, что она поможет им достичь успеха в жизни. Сказывается и отсутствие чёткой профориентационной работы среди учащихся старших классов общеобразовательных школ. Иными словами, массовая ориентация первокурсников СФУ на получение второго высшего образования в значительной мере свидетельствовала о существовании в массовом сознании первокурсников представлений о «холостой» работе первого высшего. Очевидно, во многом это связано с их неуверенностью в правильности сделанного ими профессионального выбора.



*Рис. 4.4. Планы студентов на получение второго высшего образования*

Как показано на рис. 4.5, наиболее распространёнными ответами на вопрос: «С какой целью вы собираетесь получать/получаете второе высшее образование?» являются:

- для продвижения по карьерной лестнице, удовлетворения своих личностных амбиций – 20 %;
- для повышения своей профессиональной компетенции, умений – 18 %;
- для увеличения своей конкурентоспособности на рынке труда – 17 %;
- для получения более престижной, высокооплачиваемой специальности – 16 %.

Иными словами, напрашивается вывод, что, по мнению многих студентов, получаемая ими в настоящее время первая специальность такими характеристиками и свойствами не обладает.

### С какой целью вы собираетесь получать/получаете второе высшее образование?

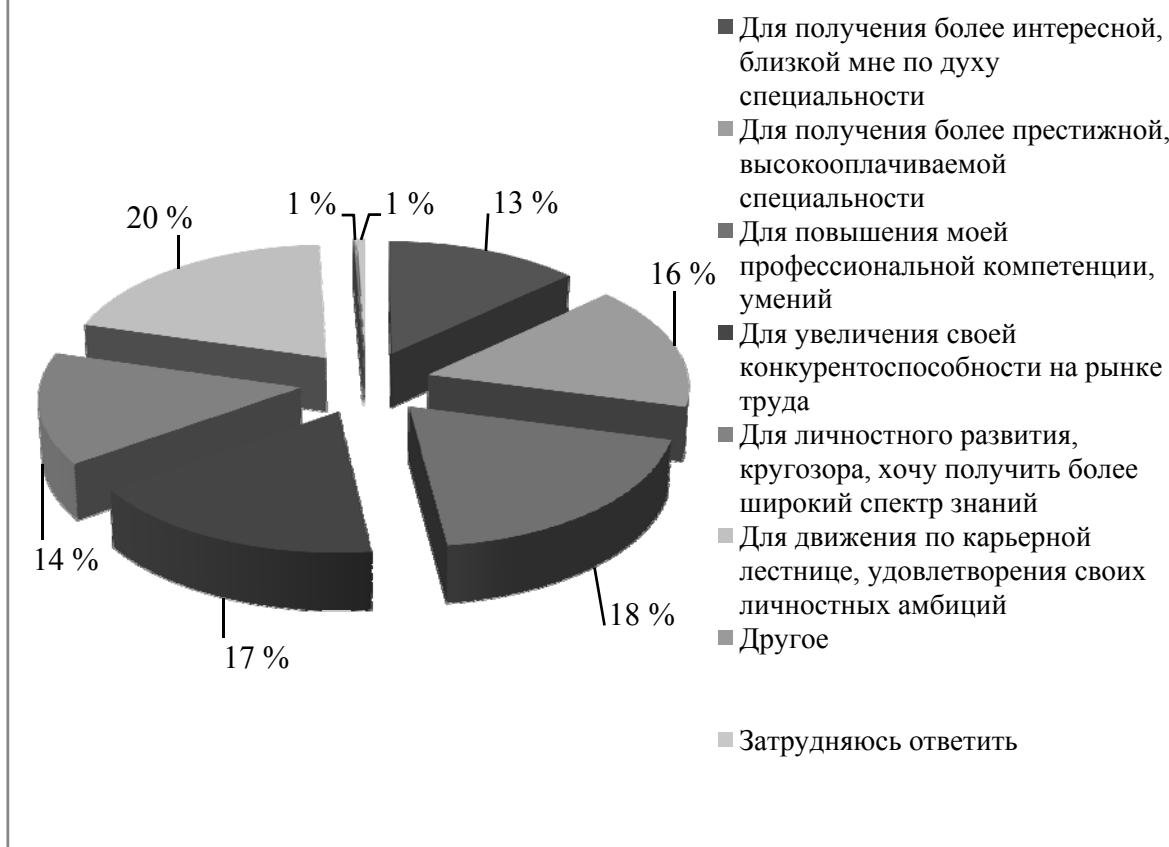


Рис. 4.5. Цели получения второго высшего образования

Факторный анализ позволил выявить элементы неосознанной мотивации первокурсников относительно получения ими второго высшего образования.

Первый фактор отражает значимость таких элементов, как *повышение профессиональной компетенции и увеличение конкурентоспособности на рынке труда*. Однако такой элемент, как *получение более интересной, близкой по духу специальности*, отрицается. Описательная сила фактора: 18 %.

Второй фактор характеризует важность второго высшего образования для *личностного развития, кругозора, получения более широко спектра знаний*. Вместе с тем для респондентов не имеет значения получение более престижной, высокооплачиваемой специальности. Описательная сила: 15 %.

Третий фактор оценивает как значимую цель получения второго высшего образования *движение по карьерной лестнице, удовлетворение личностных амбиций*. Описательная сила: 13 %.

Как видим, выделяются два внутренних полюса мотивации получения первокурсниками второго высшего образования. С одной стороны, это увеличение конкурентоспособности и обеспечение карьерного роста, с другой – саморазвитие, расширение своего кругозора без взаимосвязи с получаемой специальностью и будущей профессиональной деятельностью. Но как первая, значительно более сильная, мотивация, так и вторая, более слабая, **не связаны с непосредственной сферой профессиональной деятельности или конкретной специальностью.** Тем самым ещё раз подтверждается наш вывод, что получение высшего образования для большинства первокурсников выступает «социальным лифтом», который призван вознести их к жизненному успеху и благополучию. Лишь для некоторых из них получение второго высшего образования является средством саморазвития, которое им не может обеспечить специальность, получаемая ими в настоящее время.

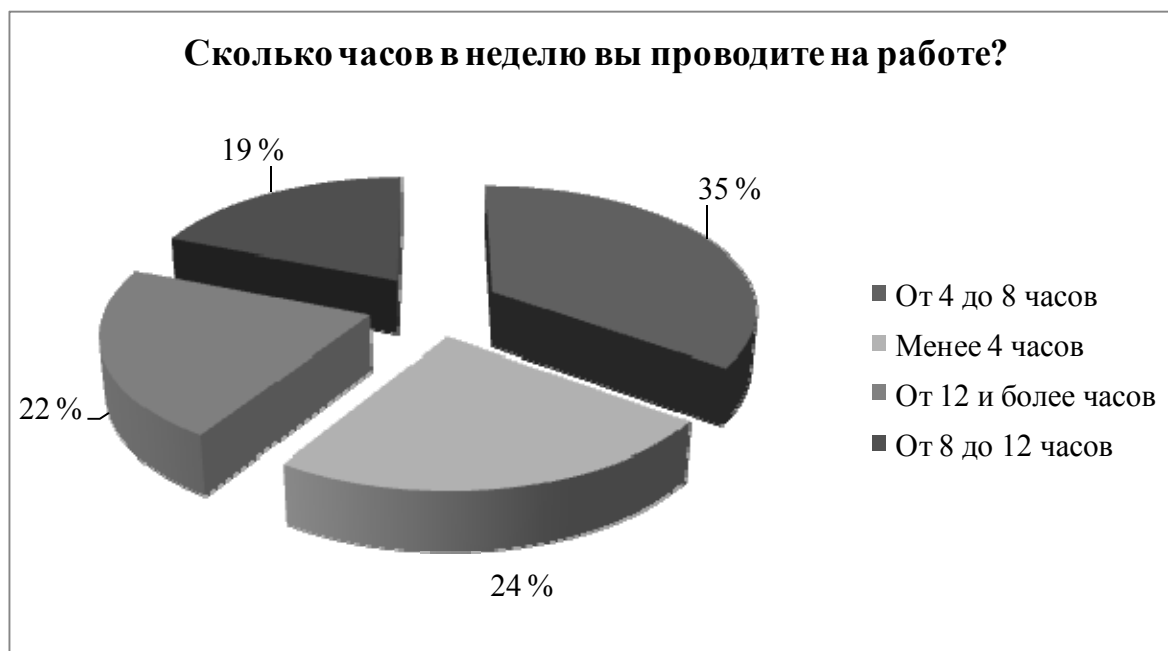


*Рис. 4.6. Наличие временного или постоянного места работы*

Исследование показало (рис. 4.6), что подавляющее большинство опрошенных студентов первого курса не имеет никакого места работы (85 %). Лишь малый процент имеет временное место занятости (12 %), тогда как доля респондентов, имеющих постоянное место работы, на этом фоне ничтожно мала (3 %).

Большинство работающих студентов – более трети ответивших – проводят на работе от 4 до 8 часов (см. рис. 4.7). Каждый пятый (19 %) занят от 8 до 12 часов в неделю. Чуть большая доля работающих студентов (22 %) отдадут ей 12 и более часов в неделю. Каждый

четвёртый из работающих первокурсников уделяет работе менее 4 часов в неделю.



*Рис. 4.7. Занятость на рабочем месте*

Таблица 4.2

**Доходы студентов, полученные от родителей**

Оцените, какую часть своих доходов Вы получаете от родителей, %?	Процент
100	33
90	15
80	10
50	8
70	8
30	8
60	5
20	5
40	4
10	3
0	1

Совмещать работу с учёбой студентов вынуждает отсутствие у некоторых из них достаточных средств к существованию (см. табл. 4.2). Так, согласно ответам респондентов только треть из них полностью находятся на обеспечении своих родителей. Каждый седьмой из первокурсников получает от родителей 90 % «своих» доходов, а каж-

дый десятый – 80 %. В целом, две трети первокурсников (66 %) получают от родителей от 70 % до 100 % «своих» доходов. Обращает на себя внимание тот факт, что 15 % первокурсников получают от родителей менее 30 % денег, необходимых им для жизни.



*Рис. 4.8. Представления студентов о возрасте начала трудовой занятости*

Большинство студентов в целом считает, что человек должен начинать трудовую деятельность параллельно обучению в вузе, довольно большой процент полагает, что работать нужно с момента окончания вуза, а также с момента получения права на трудовую деятельность (см. рис. 4.8). По этим данным можно сделать вывод о том, что студенты придерживаются достаточно активной позиции в плане экономической независимости и приобретения трудового опыта. Но также велика доля тех, кто затрудняется с ответом, что свидетельствует о несформированности позиции по данному вопросу и инфантилизме, присущем довольно большой части студентов.

Среди студентов бывших Политехнического института, Института естественных и гуманитарных наук и Института архитектуры и строительства *большинство не имеет никакого места работы*, при

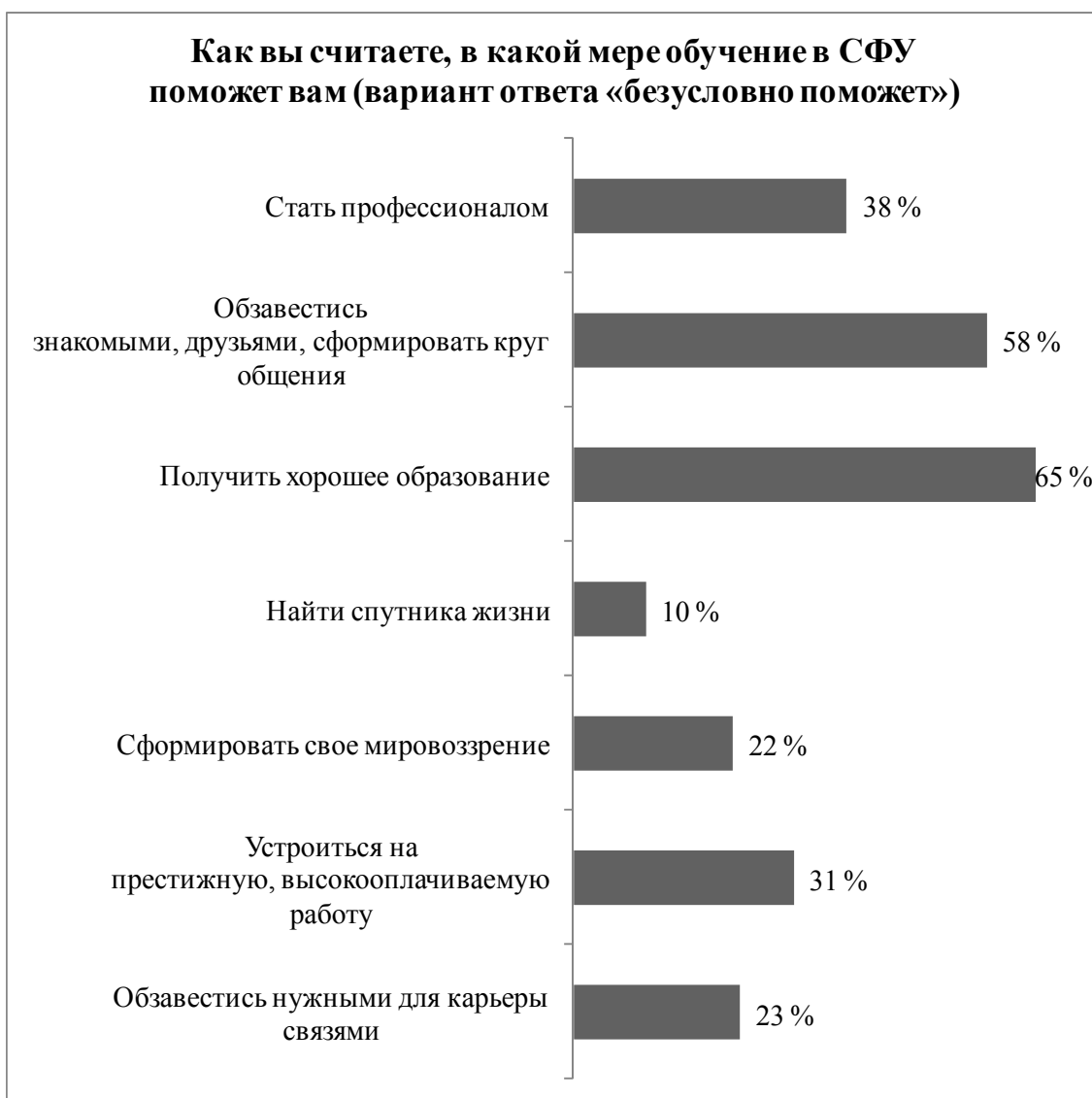
этом многие респонденты из бывшего Института архитектуры и строительства *отвергают* возможность *иметь временное место работы*, в то время как большинство студентов бывшего Института цветных металлов и золота *уже имеют временное место работы*.

Среди первокурсников, *имеющих какое-либо место работы*, студенты бывших Политехнического института, Института цветных металлов и золота и Института естественных и гуманитарных наук проводят на своем рабочем месте *от 4 до 8 часов*, Института архитектуры и строительства – *от 8 до 12 часов*.

Как видим, временная занятость первокурсников на момент проведения исследования существенно различалась в зависимости от того, на какой из «площадок» они обучаются.

## 5. ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР РЕАЛИЗАЦИИ ЖИЗНЕННЫХ ПЛАНОВ МОЛОДЁЖИ

Поступление в СФУ является для студентов способом реализации определённых жизненных целей и планов. Анализ мотивов их поступления показал следующее.



*Рис. 5.1. Распределение ответов на вопрос «Как вы считаете, в какой мере обучение в СФУ вам поможет...» (вариант ответа «безусловно поможет»)*

При ответе на вопрос *Как вы считаете, в какой мере обучение в СФУ поможет вам стать профессионалом?* 54 % респондентов от-



ветили, что скорее поможет, 38 % считает, что безусловно поможет; *получить хорошее образование* – 65 % полагает, что безусловно поможет, 31 % – скорее поможет; *обзавестись знакомыми, друзьями, сформировать круг общения* – безусловно поможет считают 58 %, скорее поможет ответили 35 %; *найти спутника жизни* – скорее не поможет 23 % ответивших, скорее поможет 24 %, затруднились ответить 30 % ответивших, вообще не поможет 13 %; *сформировать мировоззрение* – скорее поможет 40 % респондентов, безусловно поможет 22 %, скорее не поможет 21 %; *устроиться на престижную, высокооплачиваемую работу* – скорее поможет 45 %, безусловно поможет 31 %; *обзавестись нужными для карьеры связями* – скорее поможет 42 %, безусловно поможет 23 %, скорее не поможет 16 % (см. рис. 5.1).

Таким образом, исходя из полученных данных можно сделать вывод: респонденты более всего уверены, что для них обучение в СФУ – это возможность стать настоящим профессионалом, получив хорошее образование, при этом сформировав круг общения и мировоззренческие установки, а также впоследствии устроиться на престижную, высокооплачиваемую работу, с уже приобретенными в процессе обучения связями, необходимыми для построения карьеры.

Отдельно необходимо отметить, что ответы респондентов о том, насколько СФУ поможет им найти спутника жизни, распределились таким образом, что здесь прослеживается полярность мнений при довольно значительном проценте затруднившихся с ответом. Это свидетельствует о том, что по данному вопросу позиция респондентов еще не полностью сформирована, что обусловлено их возрастом и социальным статусом на данный момент жизни. Вероятно, до проведения опроса мало кто из них задумывался над тем, какую роль будет играть их вуз при поиске спутника жизни.

Факторный анализ позволил выявить бессознательные элементы социальных ожиданий первокурсников относительно результатов их обучения в СФУ. Было выделено два фактора.

Первый фактор включает в себя такие элементы, как *обзавестись знакомыми, друзьями, сформировать круг общения; найти спутника жизни; сформировать свое мировоззрение и обзавестись нужными для карьеры связями*. Описательная сила: 28 %.

Второй фактор характеризуется следующими компонентами: *стать профессионалом; получить хорошее образование и устроиться на престижную, высокооплачиваемую работу*. Описательная сила: 24 %.

Как видим, во внутренней структуре социальных ожиданий первокурсников от обучения в СФУ несколько преобладает комплекс ожиданий, описываемых первым фактором, которые практически не связаны с работой по специальности. Это противоречит ответам, полученным на вербальном уровне, которые во многом обусловлены социальными нормами.

В результате суммирования ответов студентов на вопрос анкеты «Что является для вас главным в жизни?» наиболее распространенными оказались следующие ценности-цели:

- *карьера* – 54 %;
- *занятие любимым делом* – 52 %;
- *семья* – 50 %;
- *любовь* – 47 %;
- *материальное благополучие* – 44 %.

Нельзя не отметить, что *обретение смысла жизни* представляется важным только каждому пятому первокурснику (22 %), *творчество* – 15 %, *справедливость* – 12 %, *чистая совесть* – 12 %, *процветание Родины* – 9 % и *приносить пользу людям* – 9 %. Таким образом, терминальные ценности, наиболее распространенные в массовом сознании первокурсников, носят ярко выраженный индивидуалистический и потребительский характер.

## 6. ПОСТУПЛЕНИЕ В УНИВЕРСИТЕТ: МОТИВАЦИЯ И ФАКТОРЫ

Основными мотивами при выборе СФУ для большинства студентов (см. рис 6.6.), судя по процентным распределениям их ответов, являются *престиж* (55 %) и *фундаментальность предоставляемых в данном университете знаний* (38 %). Немногим более четверти первокурсников (29 %) указали на СФУ как на уникальный вуз, в котором можно получить именно ту специальность, которую они избрали. И каждый пятый респондент (21 %) полагает, что важным мотивом его поступления в СФУ было место расположения данного вуза. Особенно это характерно для студентов, постоянно проживающих на правом берегу.

Применение факторного анализа, который позволяет выявить неосознаваемые мотивы поведения людей, показало, что у большинства студентов нет четко выраженной мотивации при выборе высшего учебного заведения.

Так, было выделено 6 факторов, отражающих основные мотивационные составляющие при выборе Сибирского федерального университета.

Первый фактор включает в себя такой мотивационный элемент, как *престижность обучения в СФУ*. Описательная сила фактора: 12,1 %.

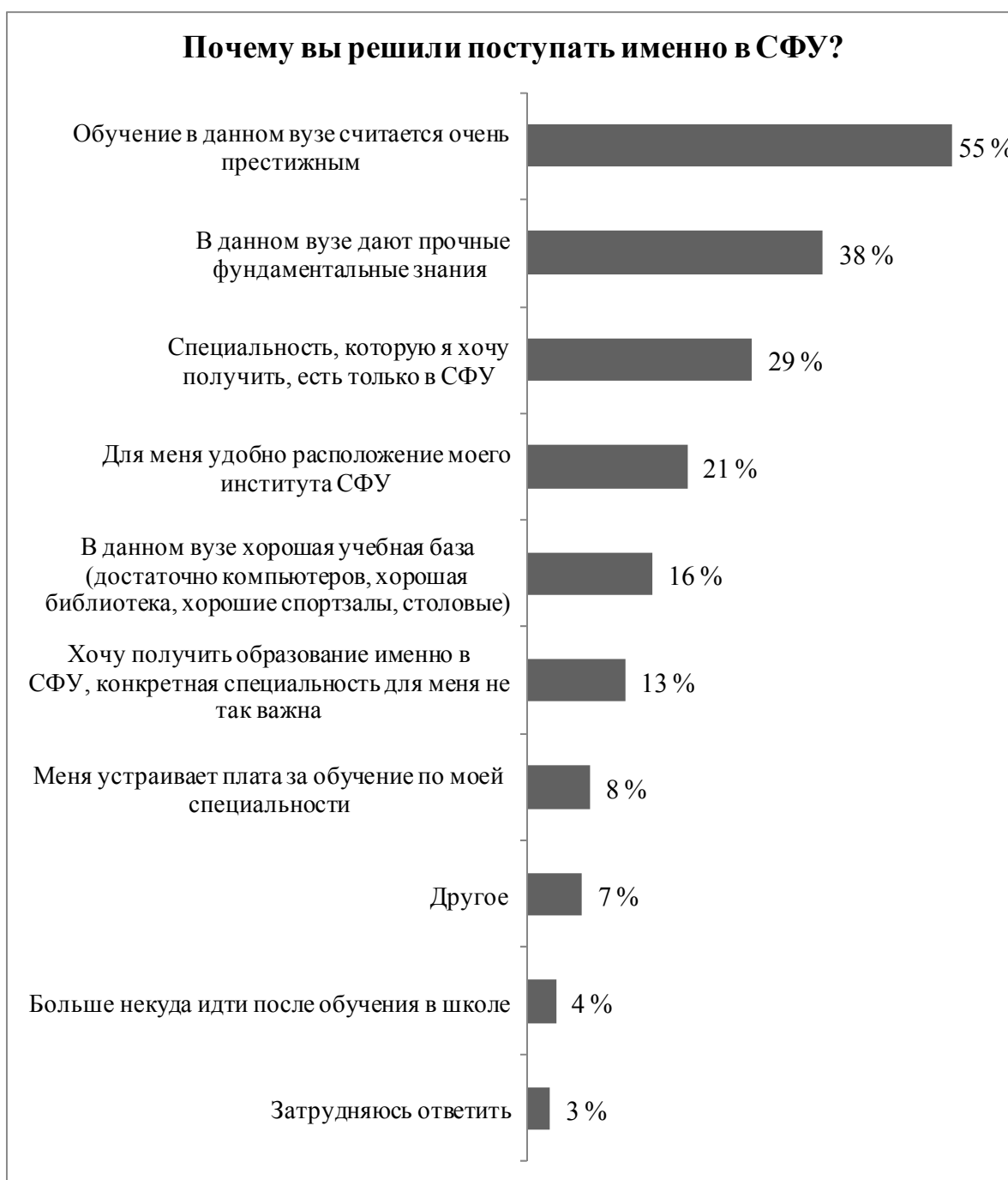
Второй фактор характеризуется компонентами: *в данном вузе хорошая учебная база (достаточно компьютеров, хорошая библиотека, хорошие спортзалы, столовые) и для меня удобно расположение моего института СФУ*. Описательная сила: 10,9 %.

Третий фактор отражает **отрицание** такого мотивационного компонента, как *специальность, которую я хочу получить, есть только в СФУ*. Описательная сила: 10,7 %.

Четвертый фактор характеризует *желание респондентов получить образование именно в СФУ, конкретная специальность не так важна. Прочные, фундаментальные знания* как один из мотивов при выборе СФУ студентами **отрицаются**. Описательная сила: 10,5 %.

Пятый фактор отражает **отрицание** респондентами такой составляющей, как *меня устраивает плата за обучение по моей специальности*. Описательная сила: 10,4 %.

Шестой фактор проявляется в том, что респонденты **отрицают** такой компонент, как *больше некуда идти после обучения в школе*. Описательная сила: 9 %.



*Рис. 6.1. Мотивы поступления в университет*

Таким образом, мотивы поступления многих студентов в СФУ выражаются только на вербальном уровне. Значительное количество выделенных факторов по данному вопросу наглядно и четко это демонстрирует. Более того, познавательная мотивация поступления в вуз практически отсутствует. Плата за обучение многих студентов не устраивает. Достаточно сильна была исключительно внешняя мотивация, не связанная с получением желаемой профессии. Иными словами, подавляющее большинство первокурсников поступали в СФУ

не потому, что хотели получить конкретную специальность и прочные, фундаментальные знания, а по причинам престижности обучения в этом вузе, его статусности, а также хорошей материальной базы и удобного месторасположения (близость от места жительства).

Корреляционный анализ показал, что в зависимости от принадлежности к тому или иному из бывших четырех вузов, вошедших в состав СФУ, для студентов характерно выделение различных приоритетных мотивов, обуславливающих их выбор.

Студенты бывшего Политехнического института главным мотивом, которым они руководствовались при выборе вуза, указали: *хочу получить образование именно в СФУ, конкретная специальность для меня не так важна*. При этом они отметили как несущественные *прочность и фундаментальность знаний, предоставляемых в данном вузе и место его расположения*. Это свидетельствует о том, что студенты данного вуза сделали свой выбор в его пользу только с учетом того, что Политехнический институт входит в состав СФУ, основываясь лишь на имидже СФУ как проекта в целом, игнорируя уровень и качество предоставляемых в нём знаний.

Студенты бывшего Института естественных и гуманитарных наук, напротив, указали среди факторов, повлиявших на их выбор, помимо *престижности обучения в данном вузе, фактор прочности и фундаментальности знаний, которые здесь можно получить*. Однако также отметили как несущественный момент *месторасположение вуза*. Исходя из полученных данных можно сделать вывод о том, что для студентов бывшего Института естественных и гуманитарных наук важен сам факт обучения в данном конкретном вузе и тот уровень знаний, который в нем наличествует. На наш взгляд, это обусловлено тем, что данное высшее учебное заведение являлось прежде главным учебным заведением не только города Красноярска, но и всего Красноярского края (Красноярский государственный университет), статус и уровень которого непререкаемы. Престижность обучения в данном вузе всегда была оправдана уровнем тех знаний, которые в нем можно было получить. Студенты, обучающиеся в данном вузе, сделали свой выбор независимо от вхождения Института естественных и гуманитарных наук в состав СФУ.

Для студентов бывшего Института цветных металлов и золота главной составляющей является именно *месторасположение* их вуза. Для них не имеют значения *престижность обучения в данном вузе и прочность и фундаментальность предоставляемых знаний*. Такая ситуация во многом обусловлена особенностью местоположения вуза. Только площадка бывшего Института цветных металлов и золота из числа вузов, вошедших в проект «Сибирский федеральный универси-

тет», находится на правом берегу города Красноярска и охватывает довольно значительную часть учащейся молодежи, которая проживает на правом берегу. Транспортные проблемы, существующие в нашем городе (автомобильные пробки при пересечении моста через реку Енисей, переполненность общественного транспорта, большие временные затраты при перемещении по городу в связи с этим и т. п.) играют немаловажную роль при выборе места обучения на ближайшие пять лет; этим и объясняется такая мотивация.

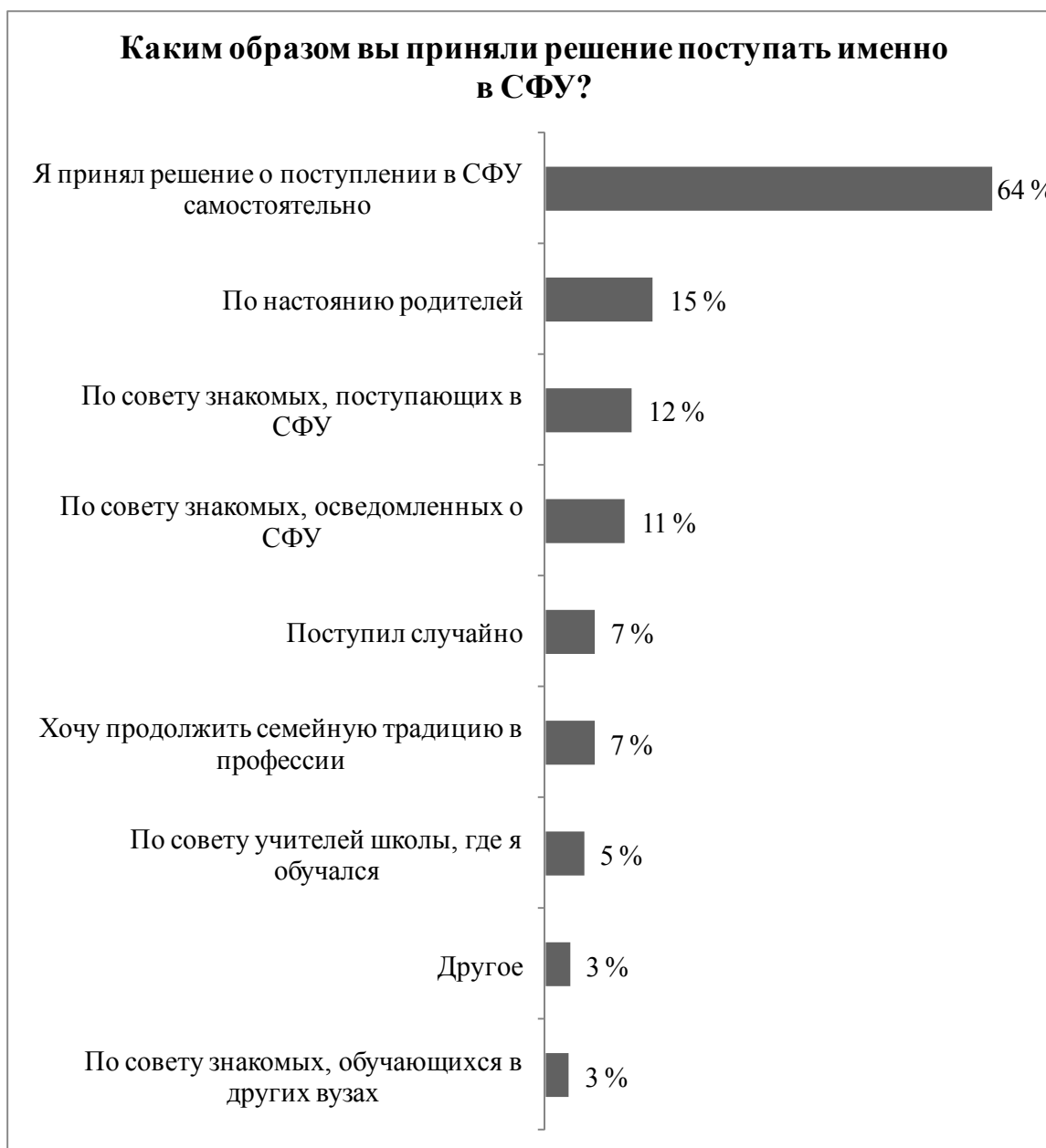
Студенты бывшего Института архитектуры и строительства при выборе вуза руководствовались тем, что *специальность, которую они хотели получить, есть только в СФУ. Месторасположение* вуза для них значения не имеет. Такая мотивация вполне объяснима спецификой вуза. Подавляющее большинство специальностей, предлагаемых в его рамках, не дублируется никакими другими высшими учебными заведениями города и края.

Многие студенты, обучающиеся на платной основе, сделали свой выбор именно в пользу СФУ исходя из того, что их *устраивает плата за обучение*. Студенты, обучающиеся на бюджетной основе, ведущими факторами чаще называют *прочность и фундаментальность предоставляемых в вузе знаний*, а также *расположение тех вузов СФУ, в которых они обучаются*.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что при выборе учебного заведения большинство студентов руководствовалось уже сложившимися представлениями о тех вузах, которые вошли в состав СФУ, однако они воспринимают их как отдельные, независимые образования. Только студенты Политехнического института основным мотивом указали престижность вуза как составной части такого значимого имиджевого проекта, как «Сибирский федеральный университет», из чего следует, что необходимы идеологическая проработка тех позиций, которые характеризуют СФУ по всем направлениям, более конкретная информация о том, что дает это объединение, его практической значимости. Следует более целенаправленно работать над имиджем данного проекта, не допуская его стихийного формирования. События прошедших после опроса трёх лет свидетельствуют именно о подобном развитии событий. Но для того, чтобы выявить изменения, произошедшие в структуре мотивов первокурсников, поступивших в СФУ, необходимы новые исследования.

Судя по процентным распределениям полученных ответов (см. рис. 6.2), большинство студентов осознанно подходит к выбору места обучения, осуществляя при этом данный осознанный выбор в подавляющем большинстве случаев самостоятельно (64 %). Доля влияния

родителей (15 %) и знакомых (12 %) на принятие решения о поступлении в СФУ респондентами незначительна, но имеет место в гораздо большей степени, чем другие предложенные варианты.



*Рис. 6.2. Распределение ответов на вопрос «Каким образом вы приняли решение поступать именно в СФУ?»*

Однако обратимся к результатам факторного анализа, который более чётко показывает внутреннюю детерминацию поступления в вуз у первокурсников.

Первый фактор характеризуется влиянием на принятие решения о поступлении *настояния родителей* и **отрицанием самостоятельности решения о поступлении в СФУ**. Описательная сила: 16 %.

Второй фактор выделяет значимость *совета знакомых, поступающих в СФУ, и совета знакомых, осведомленных о СФУ*, в принятии решения о поступлении. Вместе с тем отрицается роль продолжения *семейной традиции в профессии*. Описательная сила: 14 %.

Третий фактор характеризуется выделением таких элементов, как *совет знакомых, обучающихся в других вузах, и поступил случайно*. Описательная сила: 12 %.

Четвертый фактор характеризуется отрицанием влияния при принятии решения о поступлении в СФУ *совета учителей школы, где обучались респонденты*. Описательная сила: 11 %.

Решение о поступлении именно в СФУ было принято многими студентами, обучающимися на платной основе, *по совету знакомых, поступающих в СФУ*. Студенты, обучающиеся на бюджетной основе, склонны отвечать, что поступили в СФУ *случайно*.

Как видим, большинство юношей и девушек склонны преувеличивать самостоятельность своего выбора. Доминируют настоящие родители, советы различных знакомых и учителей, а также случайный выбор. Таким образом, на принятие решения о поступлении в СФУ преобладающее влияние оказывают исключительно внешние обстоятельства. У большинства студентов **отсутствует самостоятельность принятого решения о поступлении в СФУ**.

Первоначальные представления о СФУ после поступления (рис. 6.3) полностью подтвердились только у каждого пятого первокурсника (20 %). О том, что СФУ скорее соответствовал их ожиданиям до поступления в него, чем нет, сообщили немногим более трети опрошенных (36 %). «В той или иной мере не соответствует», – признались только 12 % юношей и девушек. Но при этом почти каждый третий (32 %) ещё не определился с этим вопросом. Последнее во многом обусловлено малым сроком обучения наших респондентов в вузе.

С помощью корреляционного анализа выявлена специфика социальных ожиданий первокурсников, обучающихся на разных «площадках». В частности, студенты бывшего Политехнического института чаще придерживаются мнения, что СФУ *скорее не соответствует их ожиданиям*, которые они питали до поступления в него. Студенты бывшего Института естественных и гуманитарных наук, напротив, значительно чаще полагают, что *вуз полностью соответствует их ожиданиям*. Респонденты бывшего Института цветных металлов и золота поделились на две категории: те, кто высказал мнение, что *СФУ скорее соответствует их ожиданиям, чем нет*, и те, по мнению которых *СФУ совсем не соответствует*. Многие студенты



бывшего Института архитектуры и строительства *пока затрудняются* с ответом на данный вопрос, однако часто отрицают, что *СФУ полностью соответствует их ожиданиям*.



*Рис. 6.3. Соответствие университета ожиданиям студентов до поступления*

Как видим, социальные ожидания студентов, поступивших на разные «площадки», существенно различаются.

Контент-анализ ответов молодёжи на открытый вопрос «**Что для вас означает Сибирский федеральный университет?**» выявил следующие наиболее популярные варианты ответа:

- «возможность получить качественное образование в престижном вузе» (264);
- «востребованность на рынке труда» (71);
- «создание СФУ совершенно бесполезно и ничего не меняет; это совокупность разных институтов с громким названием, не более» (59);
- «новая ступень на пути к самосовершенствованию, самореализации» (53);
- «место учебы» (42);
- «вуз с дипломом международного образца» (11);
- «больше возможностей и гарантий» (7);
- «место времяпрепровождения» (4).

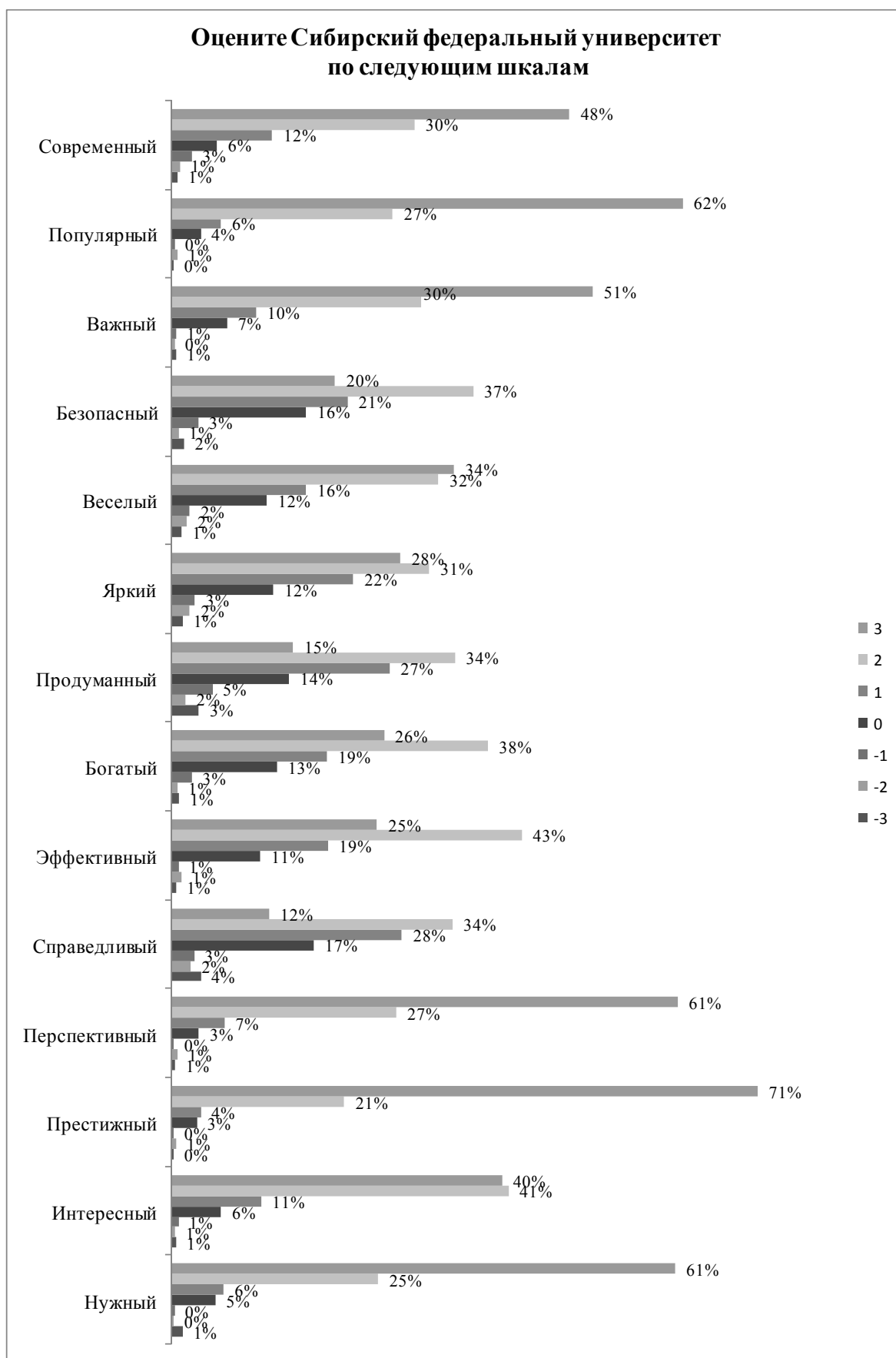
Среди менее популярных вариантов представлены следующие: «Вуз нового образца» (3), «Возможность получить нужную мне спе-

циальность» (2), «Университет всех университетов» (2), «Возможность работать за рубежом» (2), «Большой выбор специальностей» (2), «Откос от армии» (2), «Пока не знаю» (2), «Универ, способный стать мировым лидером по качеству образования» (1), «Попытка государства создать единую систему образования» (1), «Веселая студенческая жизнь» (1), «Новые формы обучения» (1), «Единственный университет в крае, где преподают японский язык» (1).

Таким образом, можно сделать вывод, что среди студентов на вербальном уровне резко преобладают крайне позитивные оценки значимости данного проекта. При этом спектр положительных элементов, выделяемых студентами при оценке проекта, очень широк и соответствует целям, обозначенным при его создании. Также необходимо отметить, что некоторое количество ответов, носящих нейтральную и частично негативную окраску, было обусловлено начальным этапом реализации данного проекта в идеологическом, организационном и материально-бытовом плане.

Использование методики «Семантический дифференциал», которая позволяет выявить не всегда осознанное, эмоциональное отношение респондентов к тому или иному объекту, показало следующие результаты.

Студенты максимально позитивно оценили СФУ по следующим характеристикам (см. рис. 6.4): *престижный, популярный, перспективный, нужный, важный, современный*. Как видим, высоко оцениваются разного рода внешние характеристики, отражающие презентацию университета вовне. Внутренние признаки и показатели оценены значительно ниже. В частности, наименьшие оценки получены по признакам: *справедливый, эффективный, богатый, продуманный, весёлый, безопасный*. Последнее означает, что многим студентам в университете подсознательно неприятно находиться. Эта «неуютность» вуза для многих студентов и выражается в ощущениях его несправедливости, неэффективности, бедности, скучности и даже опасности (последняя характеристика во многом вызвана естественным страхом ряда первокурсников перед отчислением, начальным периодом процесса их адаптации в вузе). Подобное восприятие университета первокурсниками в значительной степени обусловлено их неадаптированностью к процессу обучения в вузе, состоянием фрустрации у многих из них, что обычно характерно для большинства первокурсников любых вузов.



*Рис. 6.4. Оценка СФУ с помощью методики «Семантический дифференциал»*

## 7. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА СТУДЕНТОВ УНИВЕРСИТЕТА

На сегодняшний день в системе российского образования происходят значительные институциональные преобразования как в рамках средней, так и в рамках высшей школы, связанные с интеграцией России в мировое образовательное пространство. Высшая школа постепенно превращается в полноправный субъект рыночных отношений, что стимулирует трансформацию ее структуры, изменение функций, обретение новых источников финансирования, поиск новых методов обучения и контроля знаний. Реформирование образования в современной России рассматривается как механизм достижения экономического роста, культурных трансформаций и единства нации. Одновременно процесс реформирования образования следует считать стратегией, в которой связаны воедино политика, экономика, культура и социальная жизнь отдельного индивида. Реформирование высшего профессионального образования затрагивает интересы большого слоя как научно-педагогических работников, так и значительной части молодежи. Практически каждый житель нашего государства выступает в роли заказчика (потенциального или реального) системы высшего образования (абитуриенты, студенты, их родители) или в роли потребителя результатов ее деятельности (работодатели, общество в целом).

Основные идеи российской реформы высшей школы – инновационность, международные амбиции, информационная открытость – в настоящее время проходят апробацию в создании учебного заведения нового типа, федерального вуза. На фоне и с учетом данных преобразований началась реализация такого масштабного образовательного проекта, как «Сибирский федеральный университет», первого федерального университета в России. Как новый вуз, СФУ призван сосредоточить в себе самое лучшее, что есть в образовании региона, и стать мощной базой высококвалифицированных специалистов, способных составить конкуренцию не только на внутреннем рынке своей страны, но и на международном рынке труда. К числу его приоритетных задач относится формирование у выпускников нового стандарта мышления, ориентированного на грамотное и разумное использование огромных природных богатств Сибири, которое имеет стратегически важное значение для дальнейшего развития нашей страны.

Согласно официальной информации, размещенной на сайте университета, Сибирский федеральный университет (СФУ) был соз-

дан в соответствии с распоряжением Правительства РФ № 1518-р от 4 ноября 2006 года в целях:

- обеспечения поддержки модернизации системы высшего профессионального образования;
- повышения конкурентоспособности ведущих отраслей экономики Сибирского федерального округа;
- подготовки высококвалифицированных специалистов;
- укрепления научно-образовательных и производственно-технических связей с зарубежными странами.

В состав СФУ вошли четыре вуза:

- Красноярский государственный университет;
- Красноярский государственный технический университет;
- Красноярская государственная архитектурно-строительная академия;
- Государственный университет цветных металлов и золота.

В настоящее время в состав СФУ входят 35 научно-инновационных подразделений, среди которых НИИ, КБ, центры коллективного пользования оборудованием, НОЦ, лаборатории, инновационные центры, технопарки, опытные производства и др.

Число студентов очной формы обучения составляет более 23 тысяч человек.

Численность профессорско-преподавательского состава – свыше 3300 человек.

Общее количество сотрудников и преподавателей – более 8 тысяч человек.

Ожидается, что СФУ станет уникальным высшим учебным заведением и движущей силой в развитии кадрового потенциала, проведении научных исследований и разработке инновационных технологий, необходимых для региона. Для достижения выработанного видения руководством СФУ был принят ряд важных решений, связанных с определением приоритетных областей развития университета, которые легли в основу стратегии развития СФУ и плана ее реализации. СФУ планирует реализовать разработанный план в рамках продуманного структурированного подхода в соответствии с согласованным графиком, с привлечением необходимых внутренних ресурсов самого СФУ, а также внешних консультантов и экспертов. Так, инициативной проектной группой под председательством заместителя губернатора Красноярского края В. П. Шишмарева была разработана Концепция национального университета в Сибирском федеральном округе. В состав группы вошли: руководитель Агентства профессионального образования и науки Администрации Красноярского края

О. Н. Никитина, ректоры объединяющихся вузов. Экспертом и главным идеологом концепции являлся В. Н. Княгинин – директор центра стратегических разработок «Северо-Запад». Концепция была представлена, рассмотрена и утверждена на заседании проектной группы по созданию федеральных университетов в Южном и Сибирском округах в январе 2006 г., созданной по приказу Министерства образования и науки РФ № 289 от 25.11.2005. В ней заявлено, что цель проекта состоит в создании в Красноярске мощного современного университета, который станет важным фактором политики развития Сибири и Дальнего Востока.

**Миссия университета** – производство глобально значимых знаний и технологий, а также подготовка кадров, способных влиять на мировые процессы:

1. Поддержка конкурентоспособности основных отраслей экономики и компаний Сибирско-Дальневосточного макрорегиона России через производство глобально значимых знаний и технологий.
2. Поддержка процессов социального и культурного развития Сибирско-Дальневосточного макрорегиона России через подготовку элитных кадров, в том числе и управленческих.
3. Поддержка позиционирования России как лидера развития Азиатско-Тихоокеанского региона через кооперацию с научно-образовательным сектором АТР и подготовку кадров для работы в странах этого региона.

Стратегической целью развития университета является формирование университета мирового уровня, способного оказать существенное влияние на инновационное развитие России и Сибирского федерального округа, повышение национальной безопасности и конкурентоспособности на глобальных рынках знаний и технологий.

Основными задачами и направлениями деятельности университета являются:

1. Удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии посредством получения высшего, послевузовского и дополнительного профессионального образования.
2. Удовлетворение потребностей общества и государства в высококвалифицированных специалистах и научно-педагогических кадрах высшей квалификации.
3. Организация и проведение фундаментальных и прикладных научных исследований и иных научно-технических, опытно-конструкторских работ, в том числе по проблемам образова-

ния, а также творческой деятельности научно-педагогических работников и обучающихся, использование полученных результатов в образовательном и производственном процессах в целях повышения конкурентоспособности ведущих отраслей экономики Сибирского федерального округа.

4. Подготовка, переподготовка, повышение квалификации, стажировка специалистов и руководящих работников.
5. Накопление, сохранение и приумножение нравственных, культурных и научных ценностей общества.
6. Формирование у обучающихся гражданской позиции, способности к труду и жизни в условиях современной цивилизации и демократии.
7. Распространение знаний среди населения, повышение его образовательного и культурного уровня.

**Главная задача кадровой политики СФУ** сформулирована как *«получение максимальной отдачи от инвестиций в персонал через мотивацию каждого работника к решению стратегических задач, стоящих перед университетом в области образования, воспитания, науки и инноваций»*. Предполагается, что кадровая политика будет реализовываться руководством с соблюдением баланса интересов, ожиданий и результатов студентов, аспирантов и докторантов университета; работников университета; потребителей специалистов и научно-технической продукции; Красноярского края и Российского государства в целом. Стратегия управления персоналом базируется на его высокой квалификации, конкурентоспособности и готовности к необходимым качественным и количественным изменениям. Базовыми ценностями для персонала названы знания, эффективность и конкурентоспособность; сотрудничество и взаимодействие; паритетная ответственность руководства и сотрудников за приумножение ценностей университета. Руководство СФУ берет на себя инициативу по формированию корпоративной культуры, этики межличностных отношений, распространению лучшего опыта, традиций, поощрению делового и комфортного нравственно-психологического климата в коллективе. Для реализации кадровой политики предусмотрена разработка годовых и перспективных программ работ и регламентов (процедур) по управлению персоналом, сбалансированных по мероприятиям, финансам, срокам, ответственным исполнителям. Управление персоналом будет осуществляться путем кадрового планирования на основе создания кадрового резерва. За рациональное и эффективное использование кадровых ресурсов университета несет ответственность управление кадрами. Оно занимается разработкой предло-

жений по набору, расстановке и перемещению сотрудников университета, их аттестацией, оценкой эффективности их деятельности, планированием карьеры, активным мониторингом обучения, переподготовки и повышения квалификации сотрудников университета.

В настоящее время программа формирования корпоративной культуры разработана и внедряется отделом стратегического развития университета, все задачи возложены на те или иные органы управления университетом (или функции ответственных лиц), которые отвечают за «защиту культуры» в СФУ, осуществляют интеграцию молодежной и преподавательской культур в общее пространство, выделяют ресурсы на поддержку корпоративной линии институтов СФУ. Так, в университетской корпоративной прессе и на сайте вуза опубликован **Кодекс студента СФУ**, который, как указано, является документом, добровольно принимаемым каждым отдельно взятым студентом СФУ.<sup>1</sup> Кодекс содержит следующие ценности, моральные принципы и нормы поведения:

- *СФУ – это братство.* Поступив в университет, студент СФУ вступает в сообщество людей с особыми традициями, культурой и ценностями, которые он разделяет и которым следует везде, где бы он ни оказался.
- *СФУ – это Отечество.* Для студента и выпускника университет становится родным домом; этот дом он бережет, ему служит и его любит.
- *СФУ – территория развития.* Идеи университета (стать точкой роста для экономики региона и России, совершить прорыв в науке, готовить специалистов мирового уровня, используя индивидуальные траектории обучения и профессионального роста) воплощаются в жизнь в первую очередь молодежью – студентами и выпускниками СФУ.
- *СФУ – территория культуры.* Студент и выпускник университета в повседневной личной и общественной жизни совершает поступки и принимает решения, руководствуясь вечными ценностями, в том числе вниманием и уважением к человеку, состраданием, взаимопомощью.
- *СФУ – сфера чистой экологии:* как окружающей среды, так и среды человеческого общения. Для студента университета неприемлемо загрязнение мира, и он избегает сквернословия, так же как грязных поступков.

---

<sup>1</sup> Кодекс студента СФУ [Электронный ресурс] // Новая университетская жизнь. № 29. 25 декабря 2008 г. – Режим доступа: <http://gazeta.sfu-kras.ru/node/1316>



- *СФУ – это стиль.* Студент СФУ старается выбирать такой стиль общения, одежды и поведения, которые не будут наносить ущерба репутации СФУ.
- *СФУ – это понятие о чести и законе.* Вслед за цивилизованными нормами права студент СФУ считает преступлением и позором выдавать результаты чужого труда за свои собственные, способствовать коррупции, допускать дискриминацию – и прекращение этих явлений в современном обществе он начинает с себя.
- *СФУ – за здоровый образ жизни.* Студент университета не допускает даже возможности употребления наркотиков и алкогольных напитков (тем более на территории кампуса). Напротив, студент университета активно занимается не только собственным интеллектуальным, но и физическим развитием.
- *СФУ – это культ инициативы и творчества.* Студент университета не наблюдает, а действует. Он всегда делает даже больше, чем может. Студент университета глубоко уважает собственную личность и реализует все ее таланты и способности.

*Студент СФУ знает о высоком статусе своего учебного заведения, с честью и достоинством носит звание студента Сибирского федерального университета, способствует поддержанию имиджа своего учебного заведения, помнит, что вне стен университета он является представителем своего вуза, и старается не уронить его честь и достоинство.*

При этом указывается, что «несоблюдение пунктов Кодекса может стать причиной отказа студенту в праве на дополнительные материальные выплаты и другие формы поощрений, действующие в СФУ; а также вправе представлять СФУ в составе различных делегаций вуза»<sup>1</sup>, что подчеркивает директивный и обязательный характер данного инструмента формирования корпоративной культуры студентов. Однако кроме внедрения культурных норм и принципов сверху, как это предусматривает иерархическая схема управления университетом, важно предусмотреть и развитие студенческого самоуправления, принятие различных инициатив и предложений «снизу», которые позволят снизить институциональную инерцию студенческой культуры и будут способствовать эффективному формированию современной корпоративной культуры студентов инновационного вуза.

---

<sup>1</sup> Кодекс студента СФУ [Электронный ресурс] // Новая университетская жизнь. № 29. 25 декабря 2008 г. – Режим доступа: <http://gazeta.sfu-kras.ru/node/1316>

Кроме того, с целью создания образа Сибирского федерального университета как места интеграции науки, образования и производства, места успешного карьерного старта на мощном фундаменте российской науки и федеральности образовательного проекта был разработан **фирменный стиль СФУ**. По задумке разработчиков, в основу логотипа легли основные идеи российской реформы высшей школы: инновационность, международные амбиции, информационная открытость. В основе графики – два флага, подчёркивающие государственный масштаб, в центре пересечения которых «кристаллическая решётка», символ науки и современных технологий. Флаги – как крылья, под которыми собрана вся множественность университетских подразделений: институты, научные центры, лаборатории, издательства, кампус, спортивные клубы и студенческие объединения. Яркий и энергичный оранжевый цвет призван вдохновлять на активность, мобильность, нацеленность на проектную деятельность. Фирменный стиль позволяет разработать целую коллекцию дополнительных «родных» между собой элементов, которые смогут охватить все сферы деятельности университета: от оформления научно-методических изданий до эмблем спортивных команд и создания модных «принтов» для молодёжной одежды. Как отмечают заказчики фирменного стиля университета, т. е. администрация, целостный и внимательный подход к дизайну создаёт понимание идеологии Университета Нового Века, его культуры и уникальной атмосферы открытости, инновационности, международности и патриотизма.<sup>1</sup>

В качестве инструментов формирования корпоративной культуры студентов администрацией вуза используются и такие **традиции, ритуалы и церемонии**, отмечаемые внутри университета:

- *имиджевые мероприятия*: День знаний, День выпускника, дни открытых дверей, дни институтов и факультетов;
- *государственные и отраслевые праздники, памятные дни*: День науки, День защитников Отечества, Международный женский день, День Победы, Новый год, День магистратуры СФУ;
- *научные мероприятия и интеллектуальные состязания*: научно-практические конференции, симпозиумы, чтения, семинары, школы; научно-технические выставки; студенческие олимпиады; студенческие научные конференции, конкурсы

---

<sup>1</sup> У СФУ новый фирменный стиль [Электронный ресурс] // Сайт Сибирского федерального университета. – Режим доступа: <http://www.sfu-kras.ru/node/4841>

- студенческих научно-исследовательских грантов, всероссийский конкурс «Хрустальный апельсин»;
- *творческие праздники СФУ*: «Посвящение в студенты»; дебют первокурсников «Прошу слова», «Студенческая весна», Татьянин день – День российского студенчества; творческие конкурсы и выставки;
  - *спортивно-массовые мероприятия*: Спартакиада СФУ, турниры по боксу, дни здорового образа жизни, Спартакиада межвузовских студенческих строительных отрядов.

Основными подразделениями университета, осуществляющими формирование корпоративной культуры студентов, являются Центр студенческой культуры, первичная профсоюзная организация студентов, молодежная организация студентов СФУ «Молодые лидеры» и отдел социальной работы со студентами.

Таким образом, развивающийся вновь созданный Сибирский федеральный университет, обладающий уникальной инновационной направленностью, является образцом внедрения институциональных и технологических инноваций в процессе модернизации российской системы высшего образования и одновременно становится примером импорта модели института высшего образования западного типа на российскую почву. Одновременно этот новый для российского общества образовательный институт, элемент приоритетного Национального проекта «Образование» и своеобразная экспериментальная площадка образовательных инноваций, является крайне привлекательным объектом для социологического анализа.

Для изучения эффективности работы системы управления инновационным российским вузом, к типу которого можно отнести Сибирский федеральный университет, а также оценки результатов реорганизации и управления учебным и воспитательным процессом в вузе крайне важна диагностика корпоративной культуры студентов. Корпоративная культура университета – это система разделяемых членами университетского сообщества ценностей, представлений, убеждений, обычаев, традиций, стандартов качества, поведенческих норм. Она делает университет уникальным, создает его образ и организационную структуру, устанавливает правила коммуникации, выбора и принятия решений, определяет место вуза в окружающем мире, формирует миссию, стратегические принципы и приоритеты университета. Корпоративная культура, основанная на совокупности коллективных базовых ценностей, определяет ориентиры поведения работников и студентов, создает у них чувство сопричастности к профессиональному университетскому сообществу. Как отмечает Н.Л. Яблонскене,

корпоративная университетская культура – это весьма своеобразная форма жизнедеятельности организации, позволяющая говорить об университете как о самоорганизованной системе, построенной на принципах самооценности знания, свободы учения и обучения, что и является конкретным способом реализации идеи университета<sup>1</sup>.

В исследовании корпоративной культуры университета нового типа, такого как Сибирский федеральный университет, продуктивен неоинституциональный подход, поскольку неформальные институты (в данном случае корпоративная культура студентов) играют важную роль в формировании будущего специалиста, профессионала, не меньшую, чем формальные институты (социальный институт высшего образования). В теории неоинституционализма (Д. Норт, Дж. Ходжсон, Т. Эггертон и др.) социальные институты определяются как устойчивый комплекс формальных и неформальных правил, принципов, норм, установок, регулирующих различные сферы человеческой деятельности, система правил поведения и способов поддержания этих правил. Важно отметить, что в рамках неоинституционального направления социальные институты конструируются акторами – людьми, имеющими осознанные цели и совершающими социальные действия, т.е. действия, обращенные своими смыслами к другим индивидам. Таким образом, корпоративная культура студентов вуза также может быть представлена как специфический социальный институт.

Корпоративная культура студентов как социальный институт не может считаться рационально организованным системой управления вузом инструментом, созданным для реализации определенных целей. Этот феномен непосредственно связан с системой ценностей студентов, их смыслом жизни, жизненными стратегиями, традициями, привычками, отношением к образованию, ожиданиями от обучения в университете, скрытыми интересами. Вследствие этого тип корпоративной культуры студентов, её динамика и результаты функционирования могут значительно расходиться с моделью корпоративной культуры и ценностями, транслируемыми системой управления вузом на студенческую аудиторию.

Также для исследования корпоративной культуры студентов эффективен и системный подход, предполагающий, в частности, междисциплинарный метод анализа ситуаций и рассмотрение явлений в совокупности с другими фактами (с учетом причинно-

---

<sup>1</sup> Яблонскене, Н. Л. Корпоративная культура современного университета // Университетское управление. – 2006. – № 2 (42). – С. 18.

следственных связей и отношений). Корпоративная культура студентов рассматривается как социальный феномен, имеющий в основе объективно существующие факторы и субъективные основания. В качестве методологической базы выступает принцип диалектической взаимосвязи и взаимообусловленности человека и корпоративной культуры. Корпоративная культура студентов рассматривается как саморазвивающаяся система с присущими ей собственными законами развития, при этом имеющая тесную связь с макросистемой (корпоративной культурой вуза) и испытывающая существенное влияние с ее стороны. Корпоративная культура студентов сохраняет свою устойчивость и становится эффективной только при наличии функциональной связи с макросистемой. Чем больше соответствий состоянию массового сознания и содержанию ценностных ориентаций студентов содержится в корпоративной культуре студентов вуза, тем выше её устойчивость и эффективность. Кроме того, возможно применение структурно-функционального подхода, которое объясняется тем, что у любого объекта есть структура и каждый ее элемент обязан быть функциональным, т.е. вносить свой вклад в деятельность по достижению организационных целей, а значит, способствовать адаптации системы в целом: повышать ее устойчивость, эффективность взаимодействия с другими организациями (адаптивная часть функции), осуществлять регуляцию внутренних связей и поведения отдельных частей системы (регулятивная часть функции). В рамках данного исследования структурно-функциональный подход предполагает изучение составляющих корпоративной культуры вуза как средства формирования корпоративной культуры студентов СФУ. Таким образом, изучение корпоративной культуры студентов является по праву междисциплинарным исследованием в силу сложного объекта исследования, изучение которого требует анализа ряда факторов – институциональной среды, социокультурных особенностей, ценностной структуры массового сознания студентов, их социальных ожиданий от высшего образования и др.

В свете формирования не имеющей аналогов образовательной структуры представляется весьма актуальной проблема изучения представлений, ценностных ориентаций студентов, их отношения к СФУ как к вузу, к учёбе и к своим коллегам, изучение проблем, которые, по мнению студентов, затрудняют их обучение в СФУ. Всё это имеет важное практическое значение для формирования инновационного образовательного и воспитательного процесса в университете, формирования корпоративной культуры, позиционирования СФУ как инновационного университета, повышения конкурса на непопуляр-

ные среди абитуриентов специальности. Поскольку, в отличие от западных университетских конгломератов, объединение которых произошло естественным путем, на добровольной основе, СФУ был образован директивным путем, тем более актуальной представляется задача выяснить социальные ожидания непосредственных его участников. Признавая, что данный вуз призван объединить лучшую часть молодежи региона, необходимо учитывать ее интересы и социальные ожидания, для того чтобы политика вуза не находилась в отрыве от этих интересов и ожиданий, а происходящие преобразования не наталкивались на непонимание и, тем более, негативное восприятие. Кроме того, как показали социологические исследования, проведенные ранее Центром социологических исследований СФУ, значительная часть студентов младших курсов СФУ имеют несформировавшуюся систему ценностей, которая во многом складывается в процессе их социально-психологической адаптации к вузу и обучения в нём. Немалая часть студентов обладает известными антисоциальными ориентациями. Многие студенты имеют неадекватные, поверхностные представления о будущей учёбе, своих обязанностях и получаемой специальности. Значительное количество студентов не обладают необходимой культурой и социально-нравственными ценностями. Также актуальной является проблема совместного обучения и взаимодействия студентов из различных социальных слоев и этнических групп. С одной стороны, это требует соответствующих усилий со стороны преподавателей и администрации университета по изменению и корректировке определённых установок студенчества. С другой стороны, организация учебного процесса в вузе не всегда соответствует реальным потребностям студентов, что снижает эффективность их воспитания.

СФУ как инновационный проект реформы высшего образования в России, формирующий новую институциональную структуру высшей школы, призван соответствовать требованиям современной экономики и «общества знания». Соответствующие ценности он транслирует и на свою внутреннюю аудиторию – студентов, преподавателей и сотрудников. Однако отвечает ли ценностная система современного студенчества вызовам корпоративного строительства нового образовательного учреждения? Здесь возникает проблема институциональной инертности, т. е. сопротивления изменениям. Инертность институциональной структуры определяет важность другого феномена, используемого для анализа экономических явлений, – зависимости от предшествующего развития, *path dependance* (П. Дэвид). В.В. Вольчик и М.М. Скорев продемонстрировали действие зависимости

от предшествующего пути развития на примере образовательных технологий и рутин, используемых в российском образовании:<sup>1</sup> управляемое развитие институциональной структуры общества может осуществляться двумя способами – копированием формальной структуры успешной экономики и построением собственной формальной структуры, ориентируясь по контурам существующей неформальной. В первом случае результатом будет неорганичная система, между элементами которой существуют структурные связи строения (классическая машина); основные свойства частей будут определяться их внутренней структурой, а не структурой целого. Части оказываются способны к самостоятельному существованию, изменение связей в системе не вызывает в ней качественных изменений. Для придания реформируемой экономике черт успешной необходимо переделывать и её неформальную структуру. Этот тезис в полной мере применим для объяснения процессов формирования корпоративной культуры студентов инновационного вуза. Институциональные инновации в высшем образовании могут быть успешно внедрены в практику только при соответствии неформальной структуры, в данном случае, социокультурным особенностям студенчества.

Воздействие социальных институтов на индивидов и организации осуществляется с помощью нисходящей причинной связи, в результате чего происходит изменение функций предпочтения экономических акторов, включенных в сферу влияния институтов. Таким образом, институты рассматриваются как социальные структуры, обладающие свойством преобразовывающей нисходящей причинной связи и действующие на укоренившиеся привычки к определенному образу поведения и мышления.<sup>2</sup> Ведущую роль в механизмах нисходящей причинной связи играет обучение – преобразование индивидуальных качеств и предпочтений, которое в то же время задает направление качественного изменения институтов в рамках обратной, уже восходящей обратной связи. Как отмечают В.В. Вольчик и М.М. Скорев, институциональная инерция в такой системе будет приводить к тому, что положительные, как и отрицательные, изменения могут иметь кумулятивный эффект вследствие закрепления сравнительно неэффективных институтов, которые детерминируют функции пред-

---

<sup>1</sup> Вольчик, В.В. Институциональная инерция и развитие российской системы образования / В.В. Вольчик, М.М. Скорев // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2003. – Том 1. – № 4. – С. 56.

<sup>2</sup> Hodgson, G.M. The hidden persuaders: institutions and individuals in economic theory // Cambridge Journal of Economics. – 2003. – V. 27.

почтения у акторов, не позволяющие создать во взаимодействиях последних сигналы для изменения сложившегося положения дел.<sup>1</sup> Иллюстрацией к данному тезису может служить внедрение Кодекса студента СФУ в практику управления формированием корпоративной культуры университета.

Администрация университета комплексно подходит к формированию корпоративной культуры студентов. Удалось ли за прошедшие два года успешно решить эту задачу, нашли ли институциональные изменения в высшей школе одобрение и поддержку в социокультурной студенческой среде, не вызвали ли напряженности, социальных конфликтов? Эта задача требует социологической экспертизы. Как правило, процессу внедрения инноваций сопутствуют определенные сложности. Институциональные инновации в российской действительности вызывают появление нескольких групп противоречий, которые, в свою очередь, становятся причинами возникновения и обострения социальных напряженностей в обществе.<sup>2</sup>

К таковым противоречиям относятся: противоречия во взаимодействии и соотношении формальных и неформальных институтов; противоречия между новыми и старыми социальными институтами; противоречия между явными и латентными функциями, между функциями и дисфункциями; противоречие между безличным и личным в содержании институциональных статусов; противоречия между темпами введения институциональных инноваций и резким отставанием от потребностей практики в развитии институциональной инфраструктуры; противоречие между потребностью в определенности, стабильности и нестабильностью самих институтов; противоречие между стремлением к рациональному обоснованию необходимости введения тех или иных правил в практику и бессистемностью в проведении институциональных инноваций.

Эти и другие противоречия обуславливают конфликтогенное состояние социальных практик и целый ряд конфликтов в институциональной сфере современной России. Поэтому для оценки качества и эффективности формирования образовательного учреждения высшего образования инновационного характера в современных россий-

---

<sup>1</sup> Вольчик, В.В. Институциональная инерция и развитие российской системы образования / В.В. Вольчик, М.М. Скорев // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2003. – Том 1. – № 4. – С. 58.

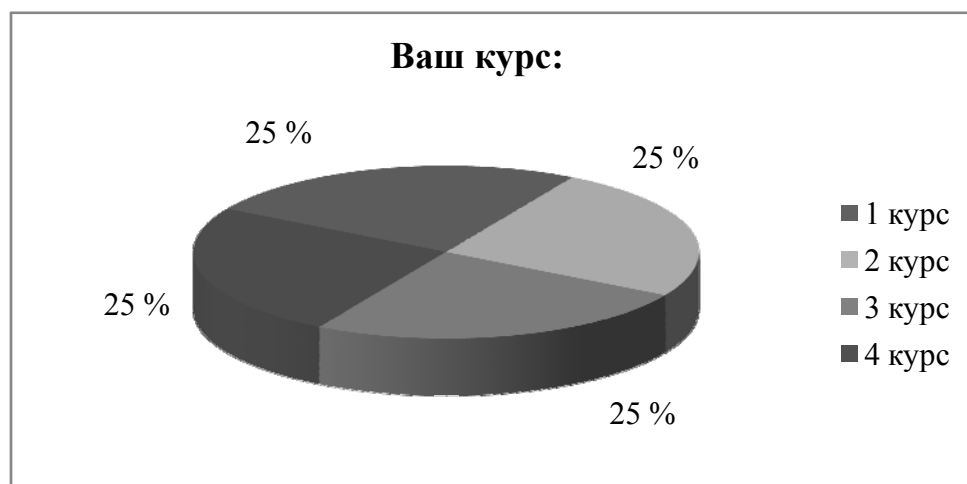
<sup>2</sup> Петров, В.Н. Теория и практика институциональных инноваций в современной России: социологический анализ / В.Н. Петров, И.В. Подсадная // Тезисы докл. III Всерос. науч. конф. «Сорокинские чтения»: Социальные процессы в современной России: традиции и инновации». Т. 1. – М.: КДУ, 2007. – С. 100.



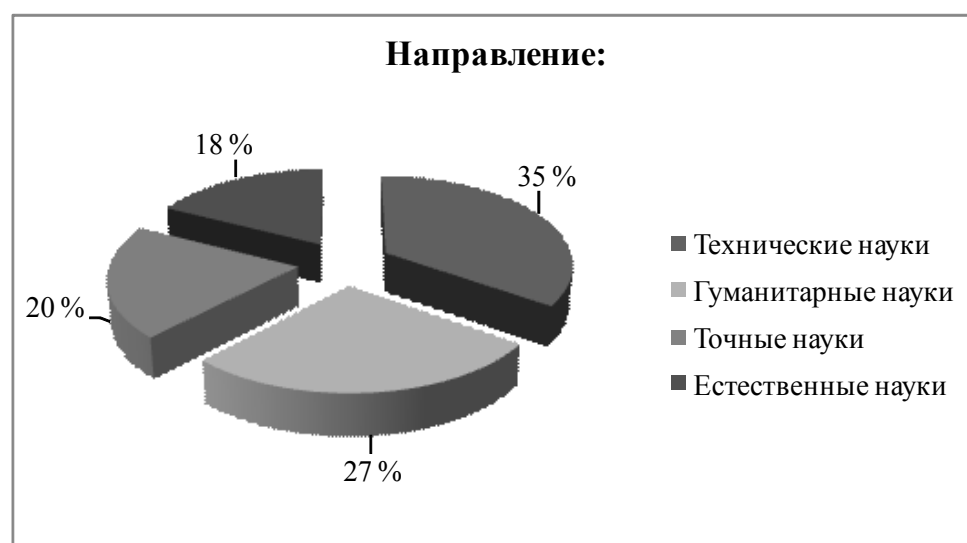
ских условиях необходимо также изучить характер и масштаб противоречий и конфликтов формальной и неформальной структуры вуза на фоне происходящих институциональных изменений в системе высшего образования и в социокультурной среде.

Для анализа существующей корпоративной культуры студентов Сибирского федерального университета, оценки её сформированности и эффективности нами было проведено социологическое исследование методом анкетного опроса по месту учебы респондентов, который позволил получить данные из первичного источника, непосредственно от студентов.

В 2009 г. в ходе исследования было опрошено 50 % юношей, 50 % девушек. Процент опрошенных студентов (рис. 7.1) на всех курсах одинаков – 25 %, с каждого курса было опрошено 200 студентов.



*Рис. 7.1. Распределение респондентов по курсу обучения*



*Рис. 7.2. Распределение респондентов по направлению обучения*

Анкетным опросом, в соответствии с выборкой, были пропорционально охвачены не только все направления профессиональной подготовки СФУ (рис. 7.2), но и все имеющиеся институты СФУ (рис.7.3).

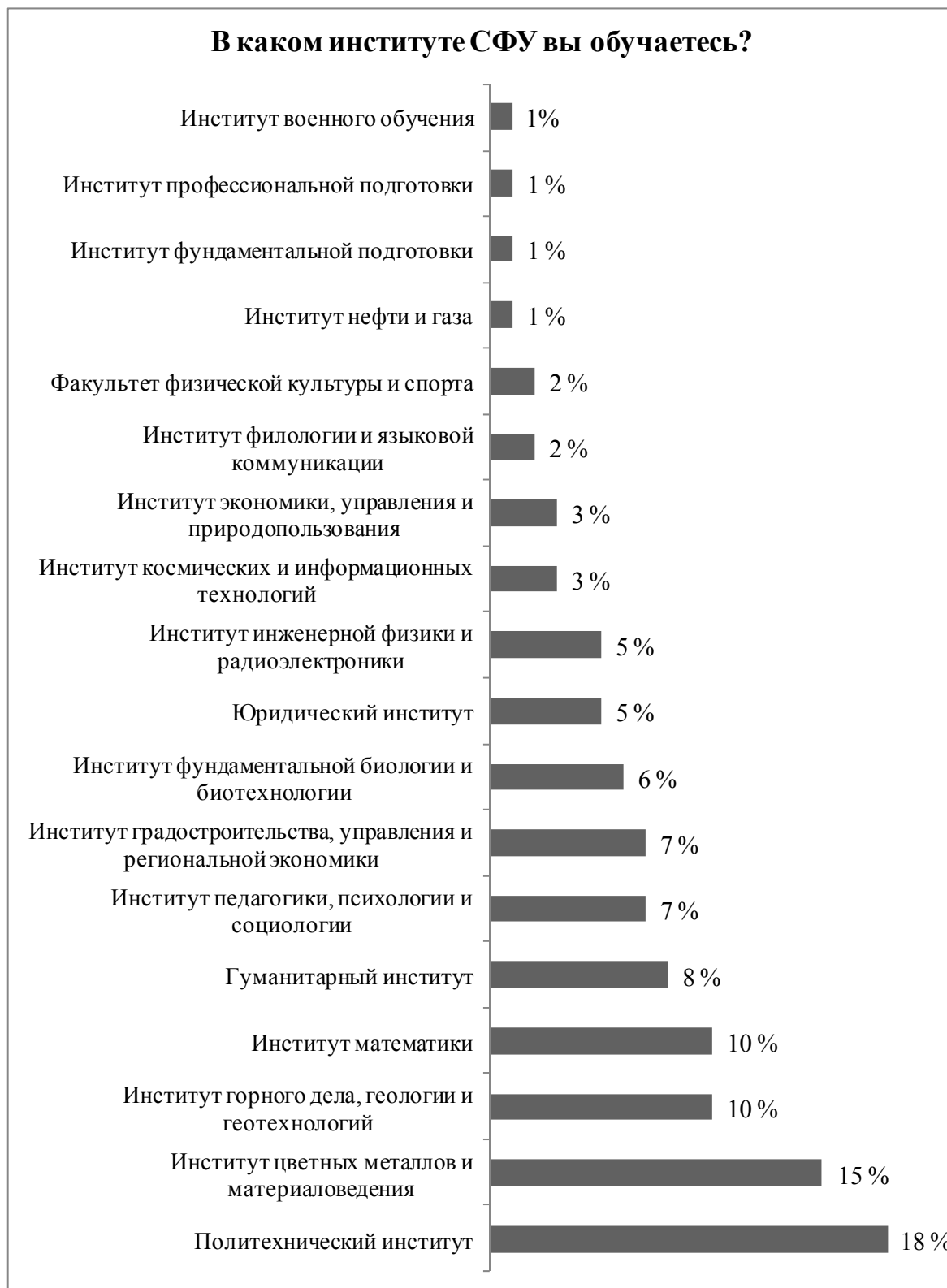


Рис. 7.3. Распределение респондентов по институту обучения

Контент-анализ ответов студентов на открытый вопрос «Что для вас означает Сибирский федеральный университет?» выявил следующие наиболее популярные варианты ответа (рис. 7.4).

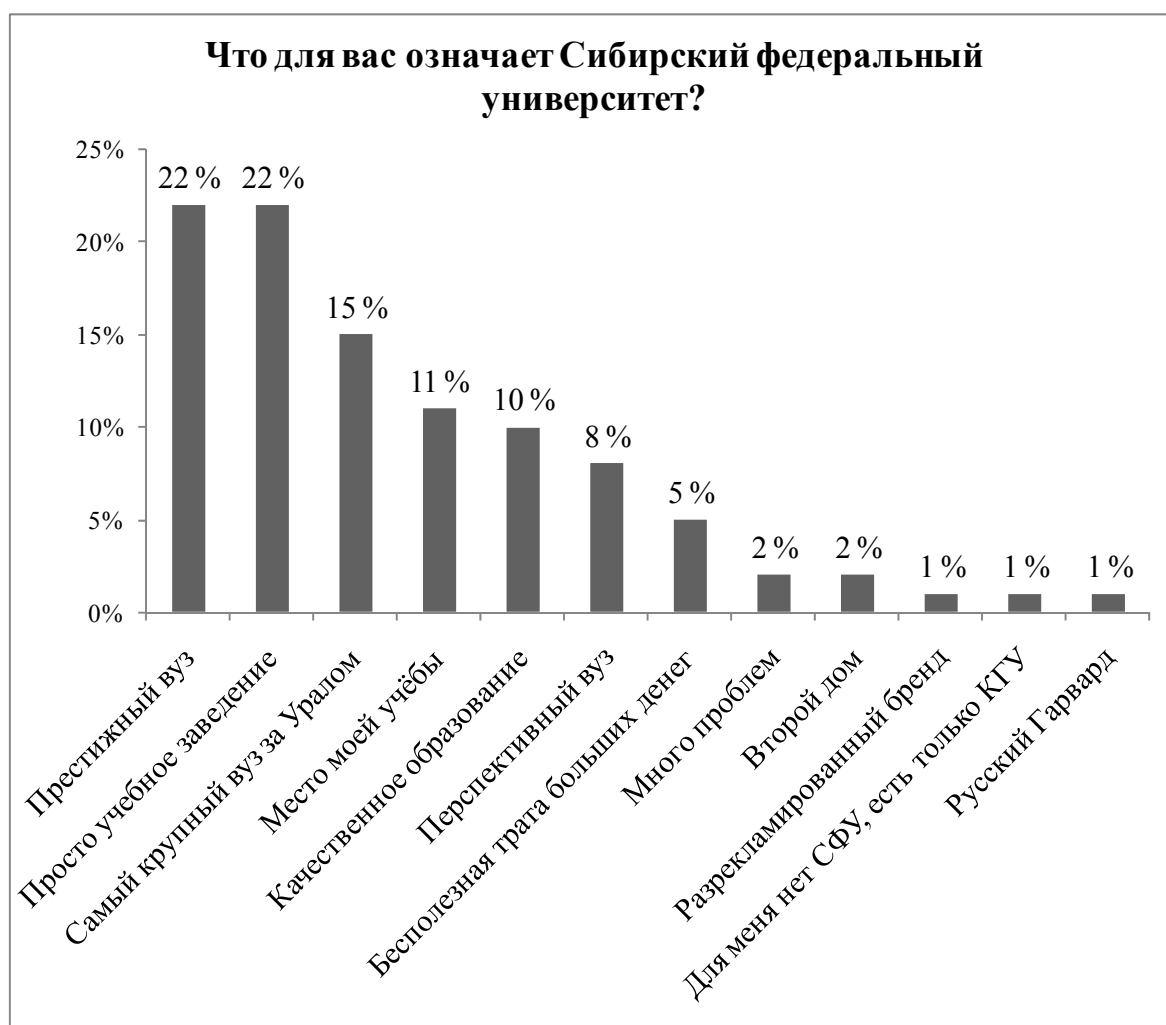
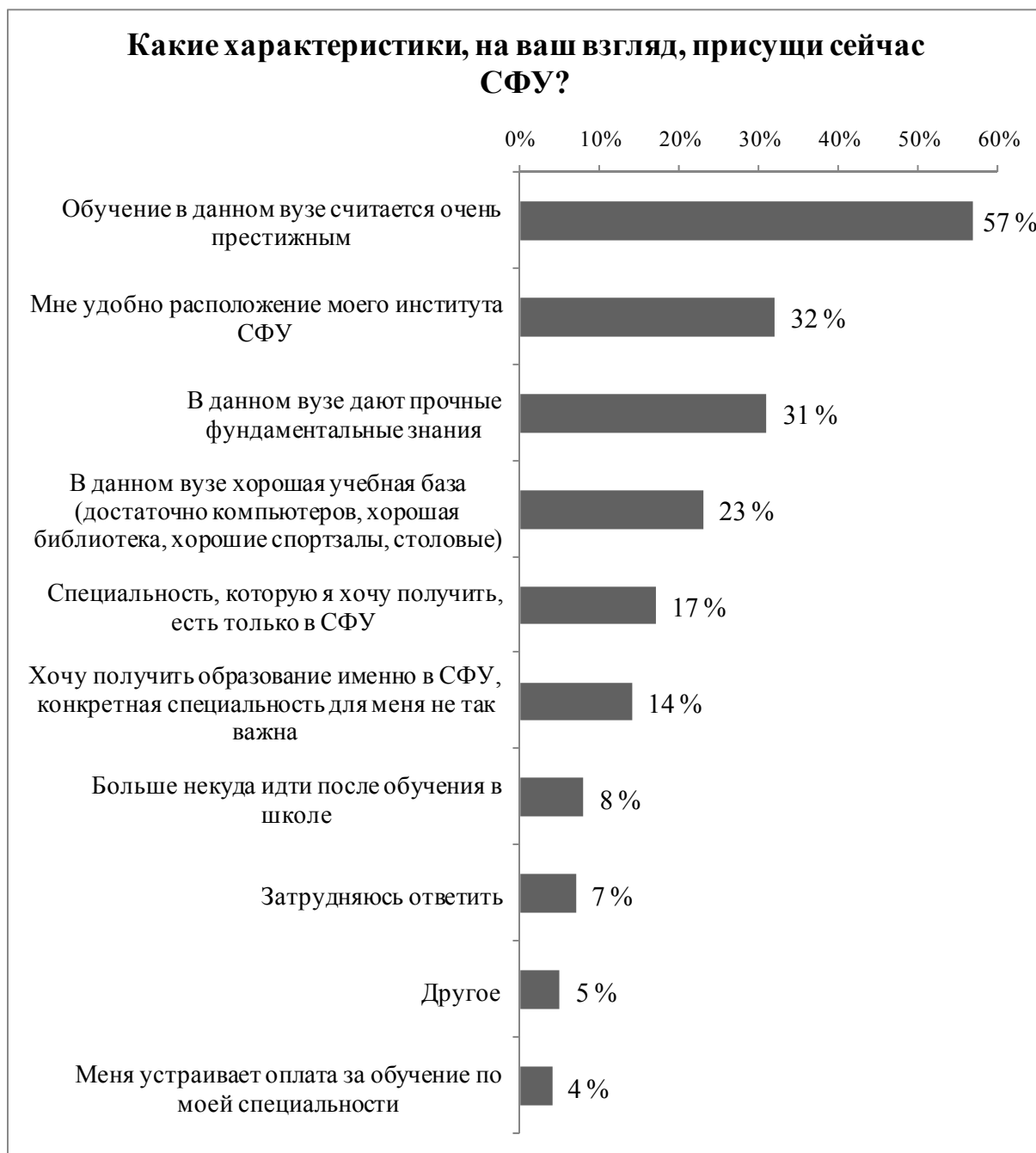


Рис. 7.4. Распределение ответов респондентов на открытый вопрос «Что для вас обозначает Сибирский федеральный университет?»

При изучении имиджа СФУ в массовом сознании студентов было выявлено, что для 22 % опрошенных СФУ – престижный вуз. По мнению такого же количества респондентов, СФУ – просто учебное заведение. Для 15 % СФУ – это самый крупный вуз за Уралом; 11 % респондентов отмечают, что СФУ для них просто место учебы; 10 % опрошенных говорят, что СФУ для них – это прежде всего качественное образование; 8 % отмечают, что СФУ является перспективным вузом, дающим путевку в жизнь; 5 % респондентов считают СФУ бесполезной тратой больших денег. У 2 % опрошенных СФУ ассоциируется с множеством проблем любого уровня; 2 % студентов считают университет своим вторым домом. Сразу за ним следует мнение,

что СФУ – всего лишь разрекламированный бренд; 2 % опрошенных до сих пор не считает себя частью СФУ, а относит к бывшему Красноярскому государственному университету. И, наконец, 1 % респондентов отмечают, что Сибирский федеральный университет – это русский Гарвард.



*Рис. 7.5. Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие характеристики, на ваш взгляд, присущи сейчас СФУ?» (сумма ответов больше 100 %, т. к. можно выбрать более 1 варианта ответа)*

Для выявления мнения студентов о СФУ им был задан вопрос «Какие характеристики, на ваш взгляд, присущи сейчас СФУ?» (рис. 7.5). Основными характеристиками СФУ для большинства студентов, судя по процентным распределениям их ответов, являются *престиж* (57 % опрошенных), *удобное месторасположение института* (32 %) и *фундаментальность предоставляемых в данном университете знаний* (31 %). Чуть меньшее количество опрошенных студентов (23 %) отметили *хорошую учебную базу*.

Применение факторного анализа позволило выделить 4 фактора (группы респондентов, на основании их представлений), отражающие основные характеристики СФУ.

Первый фактор включает в себя такую характеристику СФУ, как *престижность обучения в СФУ*. Описательная сила фактора: 15,6 %.

Второй фактор характеризуется компонентами: *мне удобно расположение моего института СФУ; меня устраивает плата за обучение по моей специальности* и **отрицанием** такой составляющей, как *в данном вузе дают прочные фундаментальные знания*. Описательная сила: 13,7 %.

Третий фактор отражает такой компонент, как *в данном вузе хорошая учебная база (достаточно компьютеров, хорошая библиотека, хорошие спортзалы, столовая)*, и **отрицание** характеристики *специальность, которую я хочу получить, есть только в СФУ*. Описательная сила: 13,6 %.

Четвертый фактор включает в себя характеристики *хочу получить образование именно в СФУ, конкретная специальность не так важна* и *больше некуда идти после школы*. Описательная сила: 13,1 %.

Таким образом, основным фактором является первый, который говорит об учебе ради получения престижа высшего образования, именно «корочек» СФУ. Конкретно специальность, профессия здесь не играет решающей роли, при выборе места обучения студенты данной группы руководствуются иными мотивами. К этой же категории можно отнести и респондентов, вошедших во второй и третий факторы, – для них также не играет значительной роли престижность и качество образования в СФУ, их интересуют только удобные для них способы получения высшего образования, отнюдь не достижение глубоких знаний и не принадлежность к СФУ как уникальному, престижному университету. Только для респондентов, вошедших в первый фактор, справедливо мнение, что они выбрали место учебы по причине престижности СФУ. Так, мы видим, что подавляющее большинство студентов поступают в СФУ не потому, что хотят получить

конкретную специальность и прочные фундаментальные знания, а по причинам престижности обучения в этом вузе, его статусности, а также хорошей материальной базы и удобного месторасположения (близость от места жительства).

Корреляционный анализ показал, что в зависимости от принадлежности к тому или иному институту СФУ для студентов характерны различные приоритетные мотивы, обуславливающие их выбор.

Студенты Политехнического института, Института космических и информационных технологий и Института инженерной физики и радиоэлектроники (бывший Политехнический университет) ключевыми характеристиками назвали: *специальность, которую я хочу получить, есть только в СФУ и хочу получить образование именно в СФУ, конкретная специальность для меня не так важна*. Это свидетельствует о том, что студенты данного вуза сделали свой выбор в его пользу исходя из:

1. Престижности учебного заведения как такового, при этом игнорируется уровень и качество предоставляемых в нём знаний.
2. Специальность, которую они хотели получить, есть только в СФУ. Такая мотивация вполне объяснима спецификой вуза. Подавляющее большинство специальностей, предлагаемых в его рамках, не дублируется другими высшими учебными заведениями города и края.

Студенты Гуманитарного института, Института математики, Института педагогики, психологии и социологии, факультета физической культуры, Института филологии и языковой коммуникации, Института экономики, управления и природопользования, Юридического института, Института фундаментальной биологии и биотехнологии (бывший Институт естественных и гуманитарных наук) указали следующую характеристику: *прочность и фундаментальность знаний, которые здесь можно получить*. Также респонденты отметили отсутствие в СФУ *достойной учебной базы*. Исходя из полученных данных можно сделать вывод о том, что для студентов бывшего Института естественных и гуманитарных наук важен сам факт обучения в данном конкретном вузе и уровень получаемых знаний. Скорее всего, это обусловлено тем, что данное высшее учебное заведение являлось прежде главным учебным заведением всего Красноярского края (Красноярский государственный университет). Студенты, обучающиеся в данном вузе, сделали свой выбор независимо от вхождения Института естественных и гуманитарных наук в состав СФУ.

Для студентов Института нефти и газа, Института горного дела, геологии и геотехнологий и Института цветных металлов и материаловедения (бывший Институт цветных металлов и золота) главными характеристиками являются: *престижность обучения, месторасположение их института и желание получить образование именно в СФУ, конкретная специальность не так важна.* Такая ситуация обусловлена несколькими факторами: престижностью самого учебного заведения (СФУ) и особенностью месторасположения вуза. Только эта площадка из числа вузов, входящих в проект «Сибирский федеральный университет», находится на правом берегу города Красноярска и охватывает довольно значительную часть учащейся молодежи, которая проживает на правом берегу.

Студенты Института градостроительства, управления и региональной экономики (бывший Институт архитектуры и строительства) выделяют следующие характеристики, присущие СФУ: *престижность учебного заведения и специальность, которую они хотели получить, есть только в СФУ. Месторасположение вуза для них значения не имеет.* Такая мотивация вполне объяснима спецификой данного института. Подавляющее большинство специальностей, предлагаемых в его рамках, не предлагаются другими высшими учебными заведениями города и края.

Таким образом, можно сделать выводы о том, что, характеризуя СФУ, студенты практически всех институтов (за исключением бывшего ИЕиГН) главной характеристикой указали престижность учебного заведения. Сам факт престижности учебного заведения не дает повода для огорчения, однако это не должно служить единственным фактором выбора места получения высшего образования.

Контент-анализ ответов на открытый пункт вопроса «Какие характеристики, на ваш взгляд, присущи сейчас СФУ?» дал следующие результаты: на этот вопрос ответил 31 человек, в общей сложности было получено 38 ответов (рис. 7.6). Самый большой процент (31 %) занимает ответ «затрудняюсь ответить», т. е. почти половина ответивших не смогли выбрать для себя подходящий ответ; можно предположить, что это студенты 1-го курса, которые еще слабо вписались в новое место и не до конца понимают и принимают окружающую их среду. 12 % считают наиболее значимой характеристику «высокий профессионализм преподавателей», 11 % респондентов считают, что «холодно в аудиториях». 9 % отметили такую характеристику, как «высокая плата за обучение». 6 % ответивших на вопрос посчитали нужным указать «я поступал(а) в другой вуз». Следующие характеристики, которые респонденты приписывали СФУ, имеют 5 % от об-

щих ответов, это: «гарантия трудоустройства после окончания университета»; «отсутствие прочной связи между институтами СФУ»; «в «цветмете» было проще учиться»; 4 % респондентов отметили «плохое техническое обеспечение, плохие столовые и спортзалы»; 3 % ответивших указали на такие характеристики, как «безответственное отношение к студентам» и «мало внимания уделено волейболу». Лишь 3 % респондентов ответили «коррупция». Также 3 % респондентов в это же время отметили такую характеристику СФУ, как «тенденция университета к развитию».



*Рис. 7.6. Контент-анализ варианта ответа «Другое» на вопрос «Какие характеристики, на ваш взгляд, присущи сейчас СФУ?»*

Необходимо отметить, что самый большой процент (31 %) получил ответ «затрудняюсь ответить», т. е. почти третья часть ответивших не смогли выбрать для себя подходящий вариант ответа.



Как показал корреляционный анализ, этот вариант ответа значим для третьего курса, который уже давно обучается в университете и, по идее, должен демонстрировать сформировавшееся мнение о СФУ. Возможно, мнение студентов негативно либо таким способом респонденты выразили свой протест, отказавшись от выбора предложенных вариантов ответа.

### Поступление в СФУ

Для выявления мотивов поступления в СФУ респондентам был задан вопрос «Каким образом вы приняли решение поступать именно в СФУ?» (рис. 7.7). Судя по процентным распределениям полученных ответов, большинство студентов осознанно подходит к выбору места обучения, осуществляя при этом выбор в большинстве случаев самостоятельно (44 %). На случайное поступление указали 21 % опрошенных. Доля влияния родителей (20 %) и знакомых, осведомленных о СФУ (18 %), на принятие решения о поступлении в СФУ меньше, но имеет гораздо большее значение, чем другие предложенные варианты.



Рис. 7.7. Распределение ответов респондентов на вопрос «Каким образом вы приняли решение поступать именно в СФУ?» (сумма ответов больше 100 %, т. к. можно выбрать более 1 варианта ответа)

Однако обратимся к результатам факторного анализа, показывающим внутреннюю детерминацию поступления в СФУ. В ходе анализа было выделено 3 фактора.

Первый фактор характеризуется влиянием на принятие решения о поступлении *настояния родителей* и **отрицанием самостоятельности решения о поступлении в СФУ**. Описательная сила: 18,1 %.

Второй фактор выделяет значимость *совета знакомых, обучающихся в СФУ, и совета знакомых, осведомленных о СФУ, советов учителей школы* в принятии решения о поступлении. Описательная сила: 16,9 %.

Третий фактор характеризуется выделением таких элементов, как *хочу продолжить семейную традицию в профессии* и **отрицанием поступления случайно**. Описательная сила: 14,7 %.

Как видим, большинство студентов на вербальном уровне склонны преувеличивать самостоятельность своего выбора. У многих из них **отсутствует самостоятельность принятого решения о поступлении в СФУ**.

Контент-анализ ответов на открытый пункт вопроса «Каким образом вы приняли решение поступать именно в СФУ?» дал следующие результаты (рис.7.8).

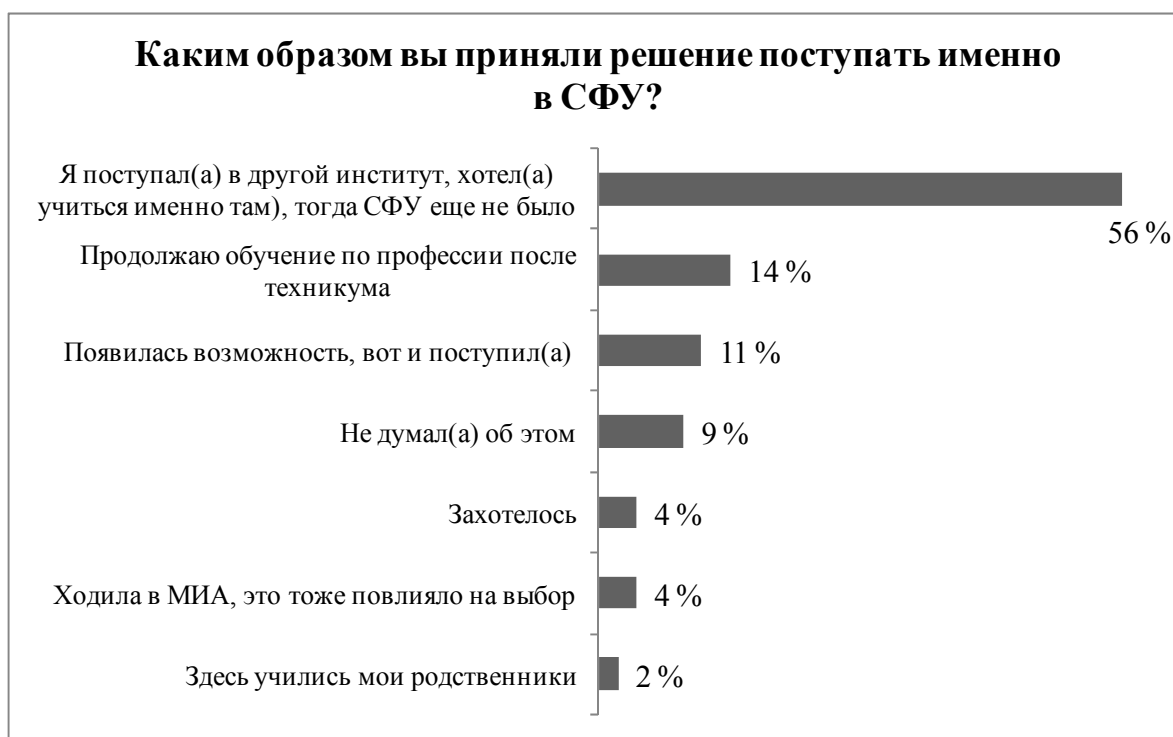
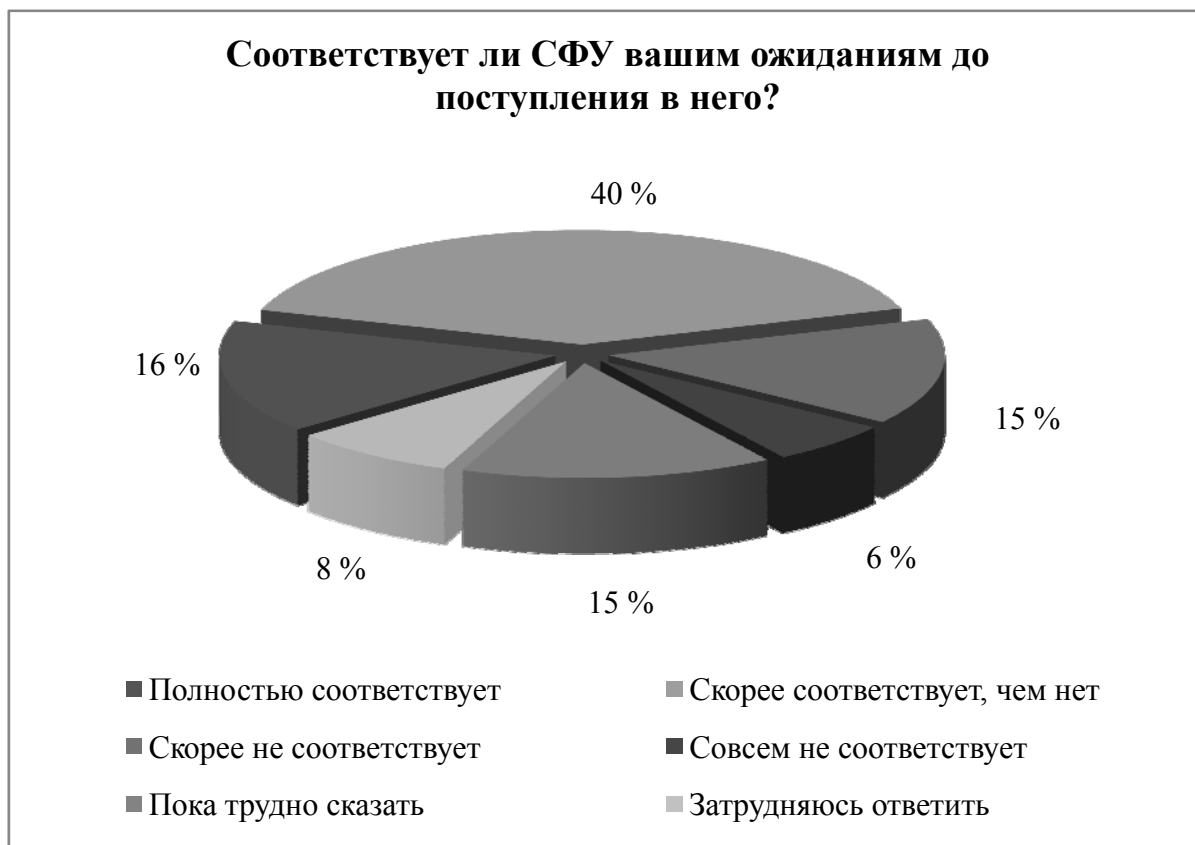


Рис. 7.8. Распределение ответов респондентов на открытый пункт вопроса «Каким образом вы приняли решение поступать именно в СФУ?»

На этот вопрос было получено 45 ответов; 56 % респондентов ответили, что они поступали в другой институт (хотели учиться именно там) и это было до создания СФУ; 14 % ответивших продол-

жают обучение после техникума; 11 % объяснили причину поступления как *просто появилась возможность поступить*; 9 % респондентов не думали о причине поступления; 4 % студентов ответили, что им просто *захотелось*, 4 % написали, что *ходили в МИА, это повлияло на выбор*; 2 % объяснили свой выбор просто *тут учились мои родственники*.

Что касается того, соответствует ли СФУ ожиданиям студентов до поступления в него, то было выявлено, что первоначальные представления о СФУ после поступления полностью подтвердились только у 16 % опрошенных (рис. 7.9). О том, что СФУ *скорее* соответствует их ожиданиям до поступления в него, чем нет, сообщили почти половина респондентов – 40 %. *Скорее не соответствует* – отметили 15 %; 6 % опрошенных студентов признались, что СФУ их ожиданиям *совсем не соответствует*; 15 % ответивших ещё не определились с этим вопросом, а 8 % затруднились ответить.



*Рис. 7. 9. Распределение ответов респондентов на вопрос «Соответствует ли СФУ вашим ожиданиям до поступления в него?»*

С помощью корреляционного анализа выявлена специфика социальных ожиданий студентов, обучающихся на разных «площадках». В частности, студенты Политехнического института, Института

космических и информационных технологий и Института инженерной физики и радиоэлектроники чаще придерживаются мнения, что *СФУ скорее не соответствует их ожиданиям*, которые они питали до поступления в него. Студенты Гуманитарного института, Института математики, института педагогики, психологии и социологии, факультета физической культуры, Института филологии и языковой коммуникации, Института экономики, управления и природопользования, Юридического института, Института фундаментальной биологии и биотехнологии напротив, значительно чаще полагают, что *вуз полностью соответствует их ожиданиям и скорее соответствует, чем нет*. Респонденты института нефти и газа, института горного дела, геологии и геотехнологий и института цветных металлов и материаловедения поделились на две категории: те, кто высказал мнение, что *СФУ скорее соответствует их ожиданиям, чем нет*, и те, кто *пока затрудняется ответить*. Многие студенты института градостроительства, управления и региональной экономики *пока затрудняются* с ответом на данный вопрос, однако часто отрицают, что *СФУ скорее соответствует их ожиданиям, чем не соответствует*. Как видим, социальные ожидания студентов, поступивших в разные институты СФУ, существенно различаются.

### **Процесс обучения**

Образовательный процесс на момент опроса вызывал интерес у большинства респондентов, что свидетельствует не только об объективной, но и о субъективной включенности опрашиваемых в учебную деятельность, их нацеленность на получение знаний (рис. 7.10). Наиболее популярным ответом является вариант *учеба вызывает некоторый интерес* (50 %), на втором месте *учусь с большим желанием* (23 %). Третье место (9 %) разделяют варианты ответов *отношусь к учебе безразлично*, *учеба зачастую бывает мне в тягость* и *затрудняюсь ответить*.

Корреляционный анализ показал, что у студентов 1-го курса *учеба вызывает некоторый интерес*. Это можно объяснить сложным процессом адаптации первокурсников не только к самим занятиям, но и к изменившимся окружающим условиям (смена школьных классов на вузовские аудитории, новый преподавательский состав, изменившиеся учебные требования и т. д.). Большинство студентов 2-го курса *либо учатся с большим желанием, либо учеба вызывает у них некоторый интерес*. Студенты 2-го курса уже освоились в университете и имеют возможность посвятить себя учебе. Большинство студентов 3 и 4-го курсов обучения *относятся к учебе безразлично* или *учеба за-*

частую бывает им в тягость. Это можно объяснить вероятностью устройства на работу (и учеба, и работа требуют достаточно времени и сил), а также тем, что студенты просто устали от учебы и, соответственно, она не вызывает у них никакого интереса.

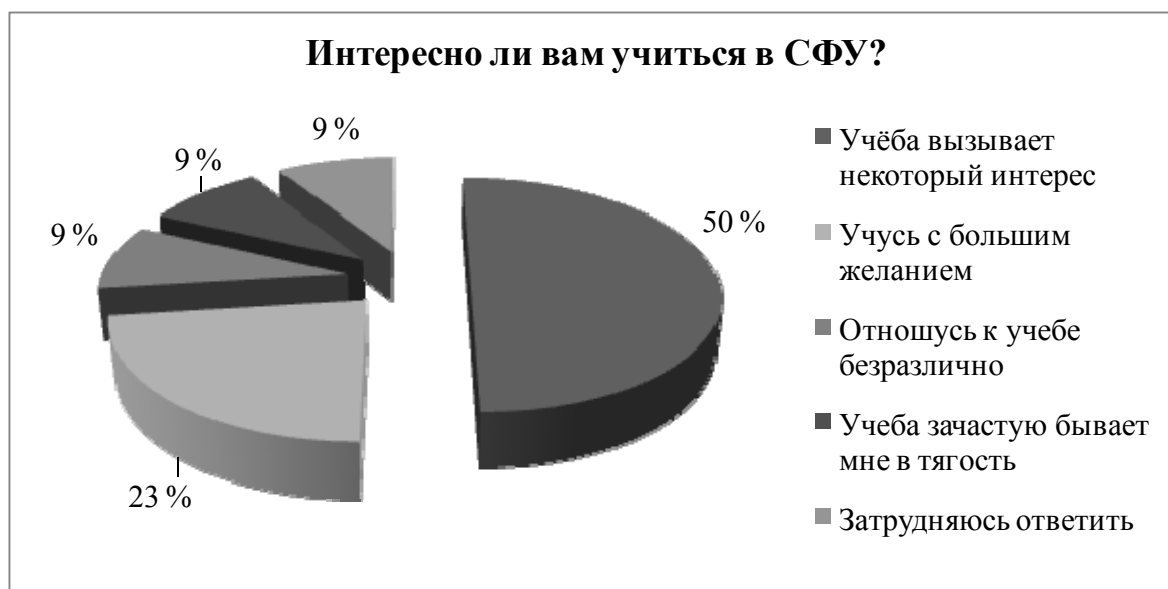


Рис. 7.10. Распределение ответов респондентов на вопрос «Интересно ли вам учиться в СФУ?»

Как показало исследование, практически все составляющие учебного процесса удовлетворяют потребностям студентов (рис.7.11). Исключение составляют наличие кружков по научным/учебным интересам, научных студенческих клубов и возможность поездок на конференции, стажировки, студенческого обмена – это как раз те элементы университетской жизни, которые важны для корпоративной культуры студентов вуза.

**Скорее устраивает:**

- уровень преподавания основных предметов – 56 %;
- уровень преподавания предметов по выбору – 40 %;
- возможность участия в культурно-просветительских мероприятиях – 37 %;
- квалификация преподавателей (учёная степень, опыт работы) – 37 % скорее устраивает, 48 % полностью устраивает;
- система оценивания знаний – 48 %;
- возможность заниматься научными исследованиями, принимать активное участие в научных проектах – 27 %;
- расписание занятий – 41 %;

## Оцените, в какой мере вас устраивают перечисленные ниже составляющие учебного процесса в СФУ

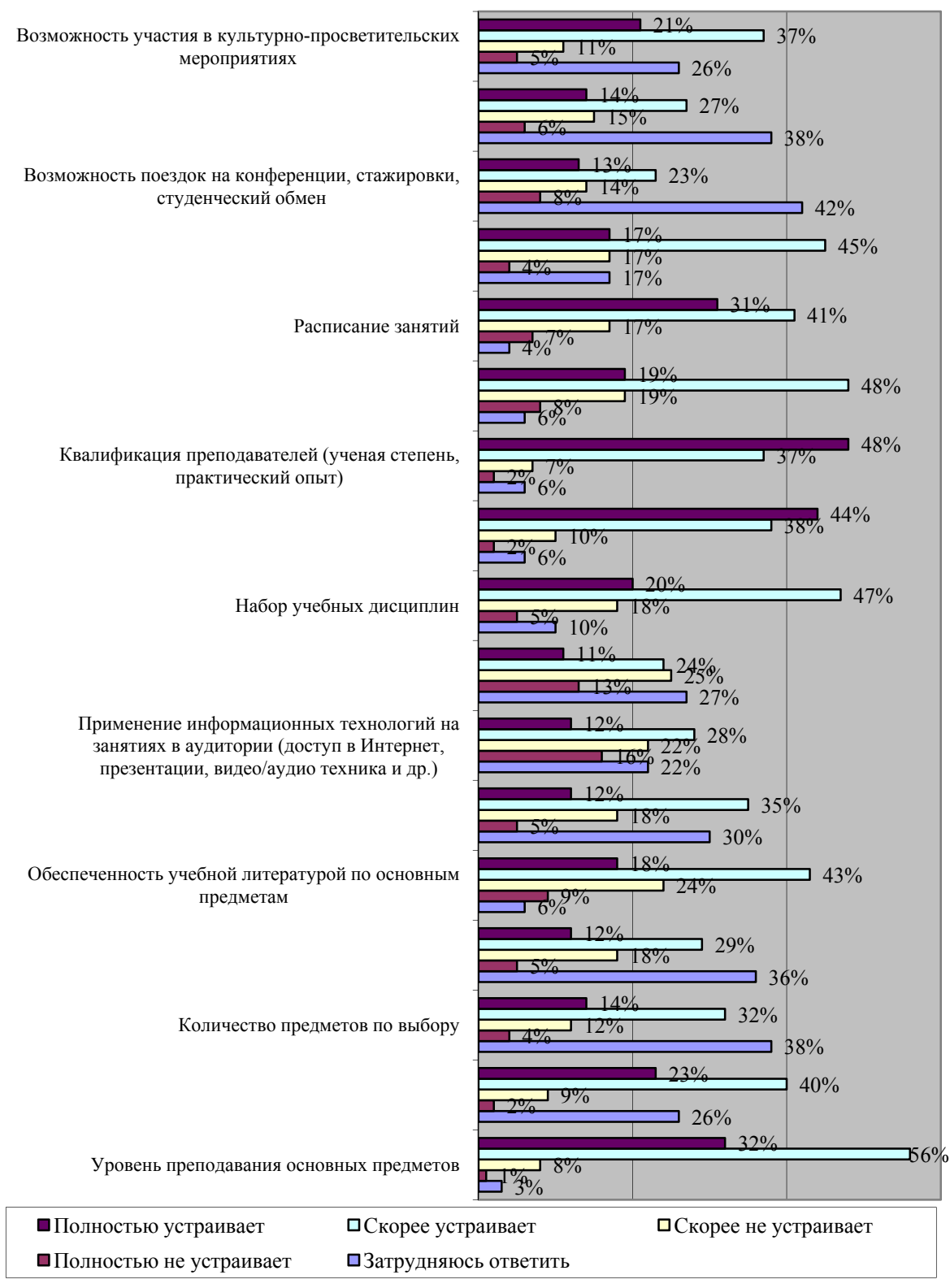


Рис. 7.11. Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените, в какой мере вас устраивают составляющие учебного процесса?»

- уровень знаний студентов – 45 %;
- набор учебных дисциплин – 47 %;
- размер учебных групп – 38 % скорее устраивает; 44 % полностью устраивает;
- количество предметов по выбору – 32 %.

**Противоречивое мнение обнаружено по следующим показателям:**

- использование современного лабораторного оборудования на занятиях – 25 % скорее не устраивает, 24 % – скорее устраивает;
- обеспеченность учебной литературой по основным предметам – 24 % скорее не устраивает, 43 % – скорее устраивает;
- обеспеченность учебной литературой по курсам по выбору – 18 % скорее не устраивает; 35 % – скорее устраивает;
- применение информационных технологий на занятиях в аудитории (доступ в Интернет, презентации, видеоаудиотехника и др.) – 22 % скорее не устраивает, 28 % – скорее устраивает;
- возможность поездок на конференции, стажировки, студенческого обмена – 14 % скорее не устраивает, 23 % скорее устраивает;
- наличие кружков по научным/учебным интересам, научных студенческих клубов – 18 % скорее не устраивает, 29 % скорее устраивает.

В целом большинство респондентов на момент проведения опроса были удовлетворены (сумма ответов «скорее устраивает» и «полностью устраивает») такими составляющими учебного процесса в СФУ, как:

- уровень преподавания основных предметов (88 %);
- квалификация преподавателей (ученая степень, практический опыт) (85 %);
- размер учебных групп (82 %);
- расписание занятий (72 %);
- набор учебных дисциплин (67 %);
- система оценивания знаний (62 %);
- уровень преподавания предметов по выбору (63 %);
- уровень знаний студентов (62 %);
- обеспеченность учебной литературой по основным предметам (61 %);

- возможность участия в культурно-просветительских мероприятиях (58 %).

С другой стороны, опрошенные студенты не удовлетворены (сумма ответов «скорее не устраивает» и «полностью не устраивает») следующими элементами учебного процесса в вузе:

- применением информационных технологий на занятиях в аудитории (доступ в Интернет, презентации, видеоаудиотехника и др.) (38 %);
- использованием современного лабораторного оборудования на занятиях (38 %);
- обеспеченностью учебной литературой по основным предметам (33 %);
- системой оценивания знаний (27 %);
- расписанием занятий (24 %);
- набором учебных дисциплин (23 %);
- наличием кружков по научным/учебным интересам, научных студенческих клубов (23 %);
- возможностью поездок на конференции, стажировки, студенческого обмена (22 %);
- возможностью заниматься научными исследованиями, принимать активное участие в научных проектах (21 %);
- уровнем знаний студентов (21 %).

При анализе оценки респондентами составляющих учебного процесса с помощью факторного анализа было выделено четыре фактора.

Первый фактор характеризуется удовлетворённостью студентов такими элементами учебного процесса, как *уровень преподавания основных предметов; возможность поездок на конференции, стажировки, студенческого обмена; возможность заниматься научными исследованиями, принимать активное участие в научных проектах; возможность участия в культурно-просветительских мероприятиях; наличие кружков по научным/учебным интересам, научных студенческих клубов; применение информационных технологий на занятиях в аудитории (доступ в Интернет, презентации, видеоаудиотехника и др.); использование современного лабораторного оборудования на занятиях*. Описательная сила: 16,5 %.

Второй фактор включает следующие компоненты: *обеспеченность учебной литературой по основным предметам; набор учебных дисциплин; расписание занятий*. Описательная сила: 30 %.

Третий фактор содержит такие элементы, как: *размер учебных групп; квалификация преподавателей (ученая степень, практический*



*опыт); система оценивания знаний; уровень знаний студентов.* Описательная сила: 42,1 %.

Четвертый фактор характеризуется удовлетворённостью студентов такими элементами учебного процесса, как: *уровень преподавания предметов по выбору; количество предметов по выбору; обеспеченность учебной литературой по курсам по выбору.* Описательная сила: 54,1 %.

Как видим, выделилось четыре обобщённых локуса удовлетворённости студентов учебным процессом в зависимости от того, что именно им представляется в нём наиболее важным.

### **Потребность студентов в информации о жизни университета**

При изучении потребности студентов в информации о жизни университета результаты исследования показали, что существует проблема недостаточной информированности студентов о жизни в СФУ и изменениях, происходящих в университете (рис. 7.12). Так, большинство опрошенных утверждают, что не получают достаточного количества информации – 45 %. 39 % респондентов отметили, что они получают достаточное количество информации о жизни СФУ и изменениях, происходящих в нём; 16 % опрошенных студентов ощущают острую нехватку информации. Как мы видим, большинство студентов (45 +16 %) испытывают нехватку информации о жизни СФУ. Однако информационная политика является составляющей частью корпоративной культуры любой организации, а недостаток в информации и проблемы в её получении могут существенно отразиться на становлении и развитии корпоративной культуры СФУ в целом и студентов в частности.

Как свидетельствуют данные, представленные на рис. 7.13, 12 % опрошенных уверены, что отсутствие необходимых сведений об организационной деятельности и событиях в университете значительно сказывается на эффективности их учебы; 40 % отмечают, что отсутствие информации сказывается на эффективности учебы, но незначительно; по мнению 33 % респондентов, отсутствие сведений о деятельности университета никак не влияет на эффективность их учебы; 15 % не имеют выраженного мнения по этому вопросу.

По мнению респондентов, отсутствие информации о событиях в университете практически не сказывается на эффективности учебы большинства студентов. Безусловно, это плюс, однако получается, что студенты разделяют понятия «учеба» и «СФУ», а большинство респондентов (40 + 33 %) считают, что информация о деятельности СФУ и о событиях, происходящих в нем, для них не важна. Тем не

менее эта информация является важным элементом создания и функционирования корпоративной культуры; таким образом, можно сделать вывод, что для студентов корпоративная культура как таковая не имеет никакого значения.



*Рис. 7.12. Распределение ответов респондентов на вопрос «С каким из перечисленных суждений вы согласны?»*

Из распределения ответов на вопросы видно, что информацию о жизни СФУ студенты склонны получать, во-первых, от одногруппников, далее – через сайт, из объявлений на досках у деканатов и в холлах и в процессе общения со своими преподавателями (рис. 7.14).

Реже респонденты обращаются к университетской газете, приказам и распоряжениям (на кафедрах и в деканатах), новостным аналитическим программам городских телеканалов, социальным сетям (В Контакте, Яндекс-блоги, блоги на mail.ru и т. д.), а также к информации от друзей, обучающихся в других вузах.

Наименее популярные источники информации о жизни СФУ – городская пресса и информация от родителей. Это связано с тем, что данные источники информации отдалены от событий, происходящих в вузе, и респондентам проще получать информацию «из первых рук», что и иллюстрирует приведённая диаграмма (рис. 7.14).



*Рис. 7.13. Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберите одно суждение, с которым вы согласны»*

Применение факторного анализа позволило выделить 4 фактора, отражающие, каким образом студенты получают информацию о жизни СФУ.

Первый фактор объединил в себе такие средства передачи информации: *приказы, распоряжения СФУ (на кафедрах, в деканатах), объявления на досках у деканатов, в холлах и информация, полученная в ходе общения со своими преподавателями.* Описательная сила: 13,2 %.

Второй фактор включает в себя *информацию из новостных и аналитических программ городских телеканалов и из городских газет.* Описательная сила: 11,3 %.



*Рис. 7.14. Распределение ответов респондентов на вопрос «Каким образом вы получаете информацию о жизни СФУ?» (сумма ответов больше 100 %, т.к. можно выбрать более 1 варианта ответа)*

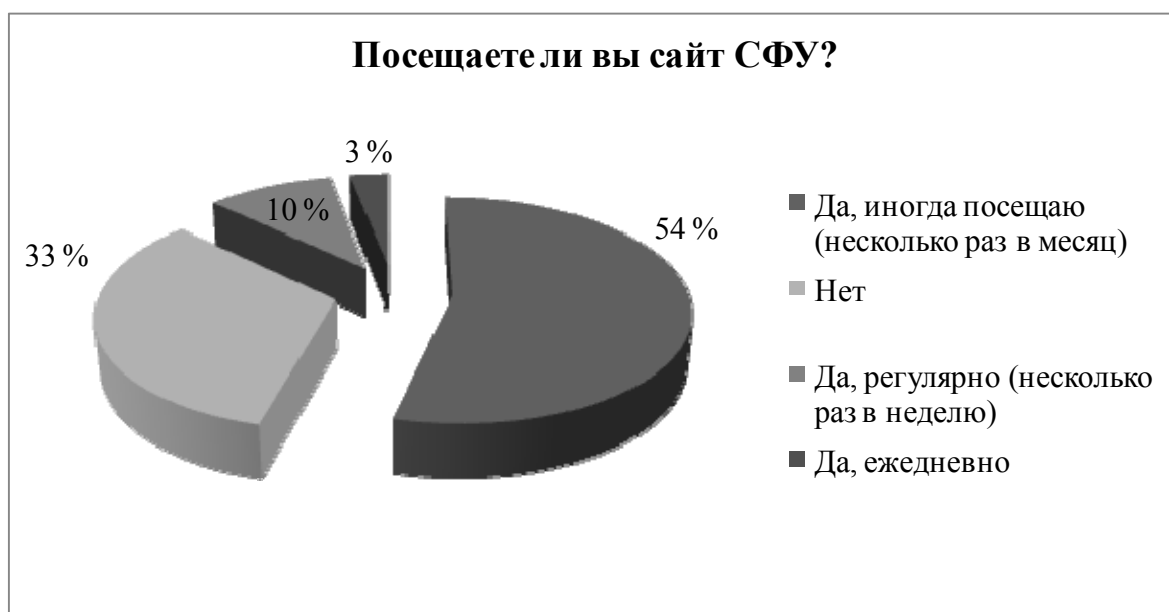
Третий фактор: *от друзей из других вузов, от родителей и из социальных сетей*. Описательная сила фактора: 11,1 %.

Четвертый фактор: *через газету «Новая университетская жизнь», через сайт СФУ и отрицание получения информации от одногруппников*. Описательная сила: 9,9 %.

Наиболее значительные факторы – 3 и 4-й. Соответственно, самыми эффективными путями информирования студентов о жизни СФУ являются: информация, получаемая от друзей, родителей, через газету «НУЖ» и через сайт СФУ. Это важно учитывать, так как при формировании и развитии эффективной корпоративной культуры большую роль играет информационная политика, которая является составляющей частью корпоративной культуры любой организации.

Контент-анализ ответов на открытый пункт данного вопроса показал следующие результаты. Варианты ответов были разбиты на четыре основные группы. Так, 30 % опрошенных студентов отмечают, что получают информацию о СФУ от кураторства «площадки», а 28 % – из профкома; 26 % респондентов отметили, что их не волнует жизнь СФУ (*мне все равно, я учусь ради диплома*); 16 % респондентов получают информацию о СФУ от студентов (*я узнаю от знакомых, которые имеют связи и все знают*).

Далее респондентам был задан вопрос «Посещаете ли вы сайт СФУ?» (рис. 7.15). Сайт университета не пользуется особой популярностью у студентов: только 3 % респондентов ответили, что они ежедневно посещают сайт СФУ; 10 % опрошенных студентов указали, что посещают его регулярно (несколько раз в неделю), и большинство респондентов (54 %) отметили, что они иногда посещают сайт (несколько раз в месяц). При этом достаточно большое количество респондентов не посещают сайт вообще – 33 % ответивших на этот вопрос.



*Рис. 7. 15. Распределение ответов респондентов на вопрос «Посещаете ли вы сайт СФУ?»*

Респондентам, которые отметили, что посещают сайт СФУ, был задан вопрос «Какие разделы сайта вы обычно посещаете?». Как показал контент-анализ ответов респондентов на этот вопрос, всего было получено 222 ответа, а в целом было выявлено, что респонденты посещают 285 разделов. Далее в таблице представлены все ответы, которые были получены в ходе анализа (табл. 7.1).

Таблица 7.1

**Распределение ответов респондентов на открытый вопрос  
«Какие разделы сайта СФУ вы обычно посещаете?»**

<b>Варианты ответа</b>	<b>Процент ответов</b>
Расписание	27
Новости	25
Студенту	7
Страничку своего института/факультета	6
Все	5
Студенческая жизнь	3
Обучение	3
Библиотека	2
Почти все	2
Главную страницу сайта	1
Спорт	1
Абитуриенту	1
ККСО	1
Центр карьеры	1
Анонсы	1
События	1
Все, что интересно/необходимо	1
Все понемногу	1
Разные	1
Общественные приемные	1
О вузе	1
Конференции	1
Научная деятельность	1
Свой рейтинг	1
ЦСК	1
Газета «НУЖ»	1
Доска объявлений	1
Фотоблоки	1
Вопрос-ответ	1

Наиболее популярным вариантом был ответ «*Расписание*»: его упомянули 27 % опрошенных респондентов. На втором месте по популярности – раздел «*Новости*», его просматривают 25 % респондентов; 7 % просматривают раздел «*Студенту*». Четвертое место по по-

пулярности среди студентов занимает позиция «*Страничка моего института/факультета*» – 6 % респондентов, и пятерку наиболее популярных разделов сайта СФУ замыкает ответ «*Все страницы*», его отметили 5 % опрошенных респондентов.

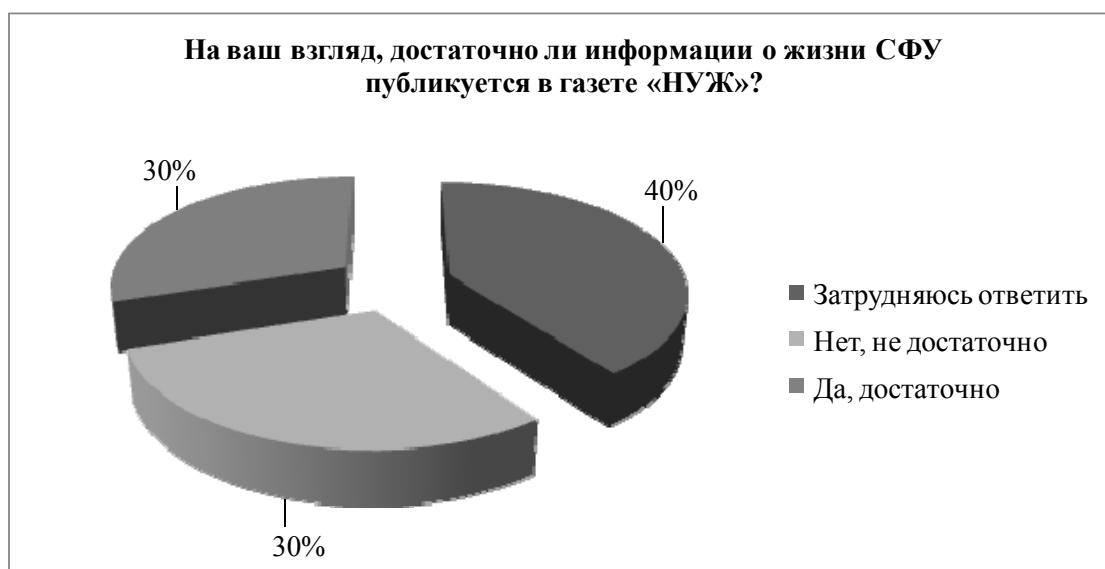
Как видно из распределения ответов на вопрос «*Читаете ли вы газету “Новая университетская жизнь” («НУЖ»)?*», только 3 % опрошенных студентов ответили, что читают каждый номер газеты; 42 % респондентов читают газету иногда; подавляющее большинство – 55 % – никогда не читают данную газету (рис. 7.16).



Рис. 7.16. Распределение ответов респондентов на вопрос «*Читаете ли вы газету “Новая университетская жизнь”?*»

Далее респондентам, читающим газету «Новая университетская жизнь», был задан вопрос «*На ваш взгляд, достаточно ли информации о жизни СФУ публикуется в газете «НУЖ»?*». 30 % респондентов считают, что информации, публикуемой в газете «НУЖ», достаточно; противоположное мнение – «нет, информации не достаточно» – также получило 30 % ответов; 40 % затруднились ответить на данный вопрос (рис. 7.17).

Контент-анализ ответов респондентов на вопрос «*Какой информации, нужной вам, сейчас не хватает на страницах газеты «Новая университетская жизнь»?*» показал следующие результаты (табл. 7.2). Всего на этот вопрос ответили 69 студентов, в ходе обработки было насчитано 72 варианта ответа. В результате контент-анализа было выделено 15 групп, объединивших в себе все полученные ответы.



*Рис. 7.17. Распределение ответов респондентов на вопрос «На ваш взгляд, достаточно ли информации о жизни СФУ публикуется в газете «НУЖ»?»*

Таблица 7.2

**Распределение ответов респондентов на открытый вопрос «Какой информации, нужной вам, сейчас не хватает на страницах газеты «Новая университетская жизнь»?»**

Варианты ответа	Процент ответов
Развлекательной (кроссвордов/сканвордов, анекдотов)	23
О спорте	13
Про различные институты СФУ	12
О культурной жизни вуза (о том, что будет)	12
О внеучебных занятиях	7
Пока всего хватает	5
Международные отношения СФУ	5
Вакансии студентам	5
Информации о специальностях	4
О власти в СФУ	3
О ККСО	3
О жизни студентов в общежитии	3
Куда делась новогодняя премия?	2
Почему не делают прописку?	2
Про распределение после окончания вуза	1

Большинство опрошенных (23 %) считают, что на страницах газеты «НУЖ» им не хватает развлекательной информации (*кроссворды, сканворды, анекдоты*). Второе место занимает информация о



спорте – 13 %. Тройку нужной, но не освещаемой информации замыкают сразу два варианта ответа (12 %): это *информация о различных институтах СФУ и о культурной жизни вуза, но о том, что будет (!), а не прошло*, т. е. анонсы событий.

Помимо этого, 7 % ответивших не хватает информации о внеучебных занятиях, это касается и *научных кружков по интересам, и мест для творческой реализации (КВН, театральная группа)*; 5 % студентов отметили, что им *пока хватает информации*. Такое же количество считает, что недостаточно информации о *международных отношениях СФУ и о вакансиях для студентов*; 4 % ответивших указывают на недостаточную информацию о *специальностях*, как о существующих, так и о вновь появившихся.

Также был отмечен недостаток информации об *управлении в СФУ, ККСО, жизни студентов в общежитии* – на это указали 3 % респондентов; 2 % опрошенных студентов отметили, что нет *информации об актуальных вопросах студентов*, а именно: «*Куда делась новогодняя премия?*» и «*Почему не делают пропуску?*». И, наконец, 1 % респондентов интересуется *информацией о распределении после окончания университета*.

### **Жизнь студентов внутри университета**

Важной составляющей корпоративной культуры студентов является жизнь студентов внутри университета. На открытый вопрос «*Какие традиции, принятые в вашей группе, на вашем факультете, вам хотелось бы выделить особенно?*» ответило 204 респондента. В ходе анализа было выделено 19 групп ответов, общая сумма ответов составила 222 ответа.

Наиболее значимыми, по мнению студентов, являются следующие традиции:

- ✓ 34 % опрошенных выделили традицию поздравлять одноклассников с днем рождения;
- ✓ на втором месте – 14 % – традиция отмечать студенческие праздники (День студента, Посвящение);
- ✓ 11 % отметили, что в их группе и на факультете традиций нет;
- ✓ 8 % респондентов отметили профессиональные праздники – День геолога, День математика, День стандартизации и качества и др.;
- ✓ 7 % респондентов указали на существование традиции вместе отдыхать на выходных, ходить в кафе и на различные мероприятия;

✓ 5 % указали своей традицией отмечать окончание сессии.  
 Другие традиции указывались гораздо реже, все они представлены в табл. 7.3.

Таблица 7.3

**Распределение ответов респондентов на открытый вопрос  
 «Какие традиции, принятые в вашей группе,  
 на вашем факультете, вам хотелось бы выделить особенно?»**

<b>Варианты ответа</b>	<b>Процент ответов</b>
Поздравлять друг друга с праздниками и отмечать их	34
Студенческие праздники	14
Традиций нет	11
День геолога, День математика, День стандартизации и качества и др.	8
Вместе отдыхать на выходных, ходить в кафе, на различные мероприятия	7
Отмечать окончание сессии	5
Помогать друг другу во всем	3
Общеуниверситетское «Прошу слова»	3
Праздник факультета/кафедры	3
Играть в футбол на выходных	2
Выпивать на выходных	2
Поездка к преподавателю в гости	1
Прогуливать ленты	1
«Универсинале»	1
Вместе обедать в столовой	1
Не поздравлять тех, кто родился летом	1
Смеяться над неприятностями	1
Участвовать в развлекательных мероприятиях в университете	1
Играть в сокс на переменах	1

Одним из показателей качества корпоративной культуры выступают отношения внутри группы, климат в студенческом коллективе, отношение друг к другу. Чтобы это выяснить, студентам был задан вопрос: «Как вы воспринимаете своих одноклассников?». Как видно из приведенной на рисунке 7.18 диаграммы, 24 % респондентов оценивают своих одноклассников как партнеров; 3 % рассматривают их в качестве конкурентов в учебе; 59 % студентов воспринимают одно-

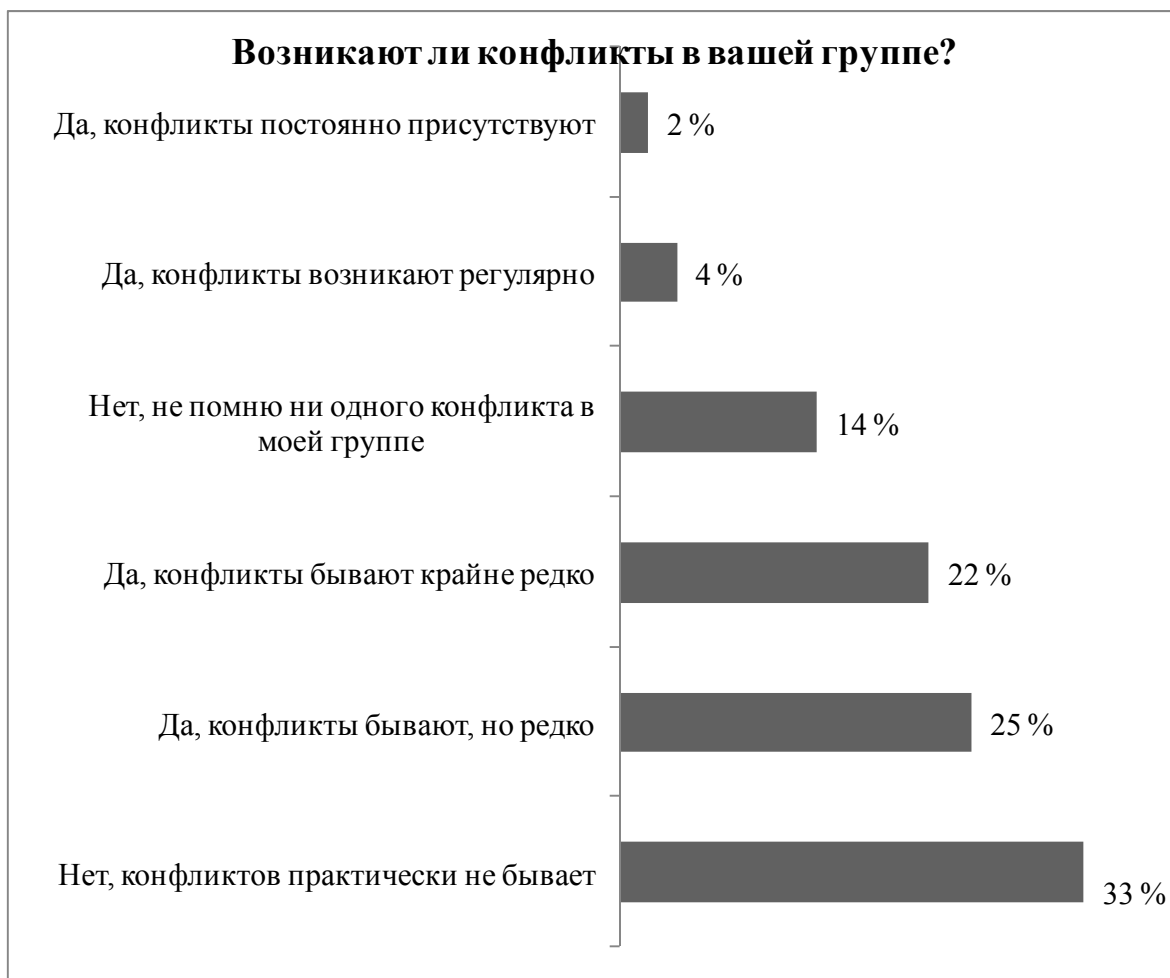
группников как своих друзей; 10 % никак их не воспринимают и относятся к ним безразлично; 4 % респондентов не смогли обозначить свою позицию по данному поводу.



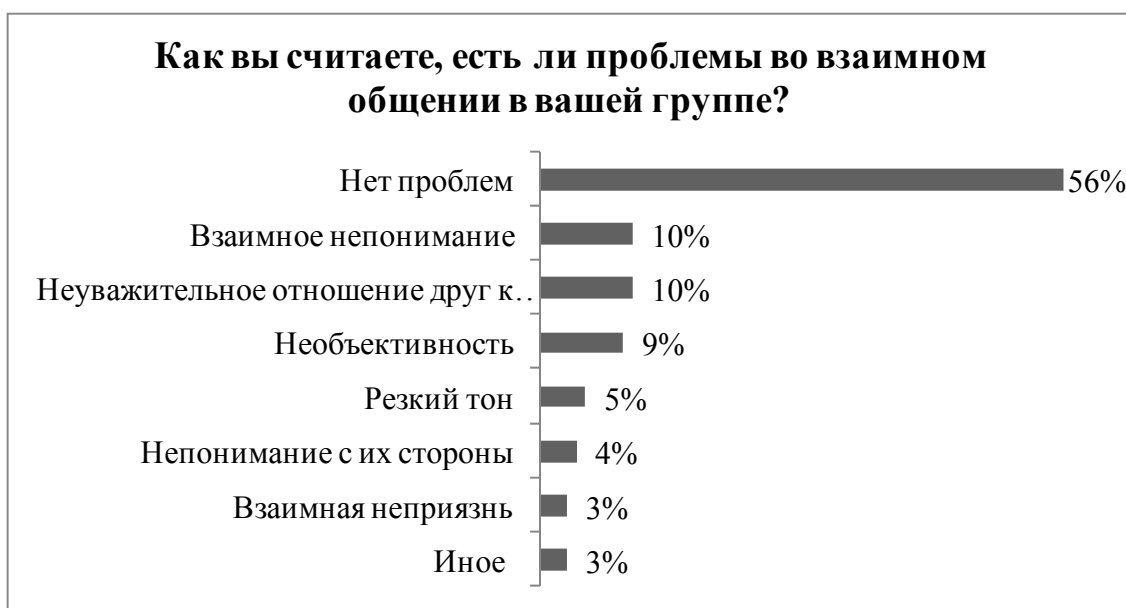
Рис. 7.18. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как вы воспринимаете своих одногруппников?»

Одновременно студенты указывают на достаточно низкий уровень конфликтности в группах, как показал анализ ответов респондентов на вопрос «Возникают ли в вашей группе конфликты?» (рис. 7.19). Только 2 % респондентов отметили, что конфликты в их группе присутствуют постоянно; 4 % отмечают, что конфликты возникают регулярно; 25 % студентов говорят о том, что конфликты бывают, но не часто; 22 % утверждают, что конфликты в их группе возникают крайне редко; 33 % отмечают, что конфликтов в их группе практически не бывает; 14 % респондентов не припоминают ни одного конфликта в своей группе.

На вопрос «Как вы считаете, есть ли проблемы во взаимном общении в вашей группе?» (рис. 7.20) 56 % респондентов ответили, что проблем в их группе не существует; 10 % опрошенных отметили, что проблемы в их группе присутствуют, это *взаимное непонимание* и *неуважительное отношение друг к другу*; 9 % опрошенных студентов говорили о такой проблеме в своей группе, как *необъективность*. 5 % отметили такую проблему, как *резкий тон в общении*, 4 % говорили о непонимании к себе со стороны одногруппников; 3 % отмечают такую проблему, как *взаимная неприязнь*, и 3 % – нечто иное.



*Рис. 7.19. Распределение ответов респондентов на вопрос «Возникают ли конфликты в вашей группе?»*



*Рис. 7.20. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как вы считаете, есть ли проблемы во взаимном общении в вашей группе?»*

При анализе ответов на открытый вопрос «Какие проблемы в общении есть в вашей группе?» было получено 20 ответов (рис. 7.21). Так, 35 % респондентов отметили, что проблемы в общении в их группе существуют, а именно неуважение друг к другу. Также 35 % отмечают, что конфликты в их группе возникают, но считают это вполне нормальным явлением; 25 % ответивших говорят о такой проблеме, как *полное безразличие друг к другу*, 5 % затруднились ответить на данный вопрос.

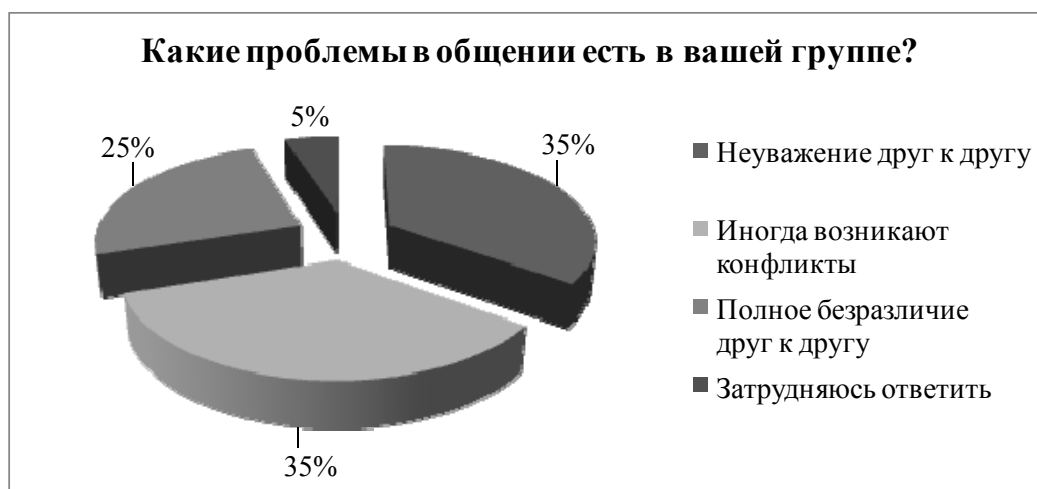


Рис. 7.21. Распределение ответов респондентов на открытый вопрос «Какие проблемы в общении есть в вашей группе?»

Далее респондентам было предложено оценить сложившуюся атмосферу в различных подразделениях и коллективах университета (рис. 7.22).

Как видно из диаграммы на рис. 7.22, опрошенные студенты:

- *совсем не удовлетворены* сложившейся атмосферой в своей группе – 46 % и в основном не удовлетворены – 43 %. Таким образом, недовольных психологическим климатом в своем ближайшем окружении, среди одногруппников, подавляющее большинство опрошенных студентов – 89 %, что является, безусловно, крайне тревожным показателем;
- также крайне важно отметить, что *в основном не удовлетворены* атмосферой на своем курсе 53 %; на факультете – 49 %; в своем институте 44 % и в университете в целом – 38 %.

Корреляционный анализ вопросов показал:

1. Студенты 1 и 3-го курсов воспринимают своих одногруппников как *партнеров*, в то время как студенты 2 и 4-го курсов зачастую отрицают, что одногруппники для них являются *партнерами*. Как *приятель*

лей своих одногруппников чаще воспринимают студенты Института инженерной физики и радиоэлектроники; Института горного дела, геологии и геотехнологий. Студенты Института градостроительства, управления и региональной экономики и Гуманитарного института склонны отрицать, что одногруппники являются для них *приятелями*.



Рис. 7.22. Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените, насколько вы удовлетворены сложившейся атмосферой?»

2. У студентов 3-го курса конфликты в группе возникают *регулярно*. Эта же характеристика относится и к студентам гуманитарного института. Студенты Института градостроительства, управления и региональной экономики, Института фундаментальной биологии и биотехнологии, Института горного дела, геологии и геотехнологий отмечают, что *конфликты возникают, но редко*. Студенты Института экономики, управления и природопользования нередко отрицают, что конфликты возникают редко. Студенты факультета физической культуры и спорта отмечают, что конфликтов в группе практически не бывает.

3. Что касается вопроса «Есть ли проблемы в общении?», корреляционный анализ показал, что студенты 3-го курса часто отрицают вариант *проблем нет*. Также у третьего курса существуют такие проблемы, как *взаимное непонимание* и *необъективность*. Проблема *взаимное непонимание* присуща студентам Института нефти и газа, Института градостроительства, управления и региональной экономики и Института профессиональной подготовки. Проблему *резкий тон* отмечают студенты юридического института.

Контент-анализ ответов на открытый вопрос «Что такое, по вашему мнению, корпоративная культура университета?» выявил 267 респондентов, ответивших на этот вопрос. Общее количество ответов: 274.

В ходе анализа было выделено 4 ключевых определения корпоративной культуры вуза, по мнению студентов (рис. 7.23):

- это мероприятия, проводимые в университете. Так считают 45 % опрошенных респондентов;
- по мнению 28 % опрошенных – это внутренняя среда (гимн, обычаи, традиции университета);
- 25 % считают, что это культурный уровень сотрудников и студентов университета;
- по мнению 2 % опрошенных респондентов, корпоративная культура – это имидж университета.

Таким образом, в восприятии самих студентов корпоративная культура вуза, как правило, понимается как «мероприятия, проводимые в университете».

Студентам был задан вопрос «Кто, на ваш взгляд, должен быть инициатором процесса формирования и совершенствования корпоративной культуры студентов СФУ?» (рис. 7.24). Были получены следующие ответы:

- 54 % – сами студенты СФУ;
- 52 % – Центр молодежной культуры СФУ;

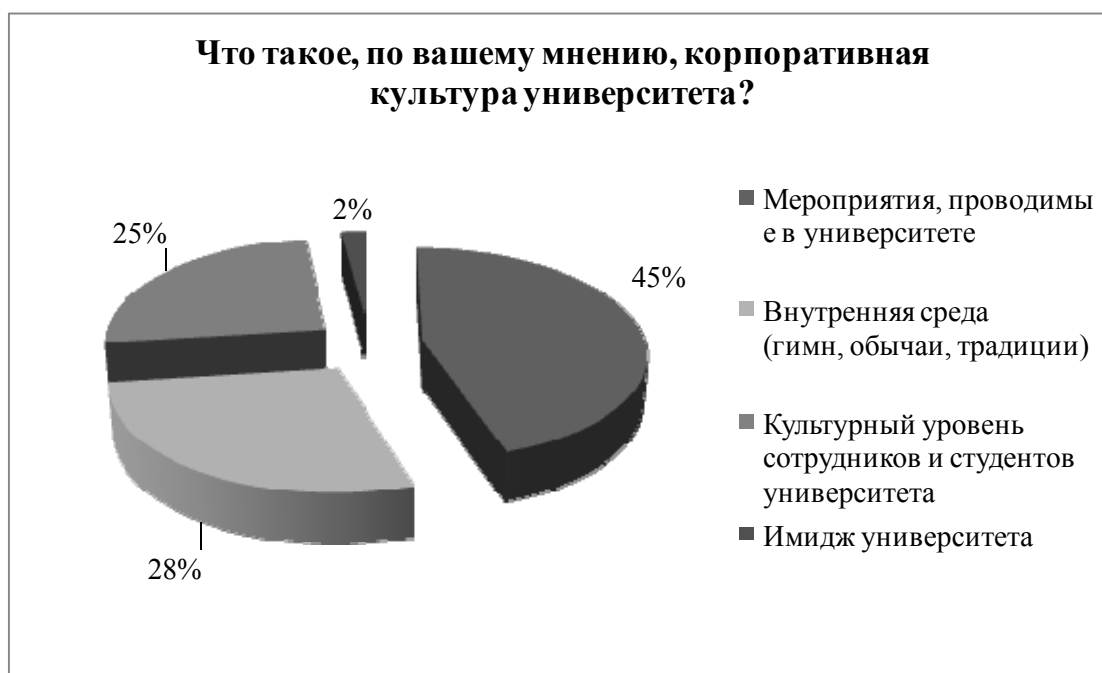


Рис. 7.23. Распределение ответов респондентов на открытый вопрос «Что такое, по вашему мнению, корпоративная культура университета?»

- 35 % – высшее руководство университета (ректор, проректоры, директора институтов);
- 27 % – руководство факультетов (деканы, заместители деканов);
- 25 % – управление по воспитательной работе и молодежной политике;
- 14 % – руководители кафедр;
- 3 % составляет ответ «Другое».

Для того чтобы выявить внутреннюю структуру представлений студентов о том, кому должна принадлежать инициатива в процессе формирования и совершенствования корпоративной культуры СФУ, был проведен факторный анализ полученных ответов. В ходе анализа было выявлено 2 фактора примерно равного объема: 1-й фактор описывает 25,6 % общей вариации признаков; 2-й – 21,7 %.

**Первый фактор** характеризуется такими мнениями, как *высшее руководство университета (ректор, проректоры, директора институтов), руководство факультетов (деканы, заместители деканов) и руководители кафедр*. Описательная сила фактора: 25,6 %.

**Второй фактор** включает в себя такие компоненты, как *управление по воспитательной работе и молодежной политике, центр молодежной культуры СФУ и сами студенты СФУ*. Описательная сила фактора: 21,7 %.





*Рис. 7.24. Распределение ответов респондентов на вопрос «Кто, на ваш взгляд, должен быть инициатором процесса формирования и совершенствования корпоративной культуры СФУ?» (сумма ответов больше 100 %, так как можно выбрать более 1 варианта ответа)*

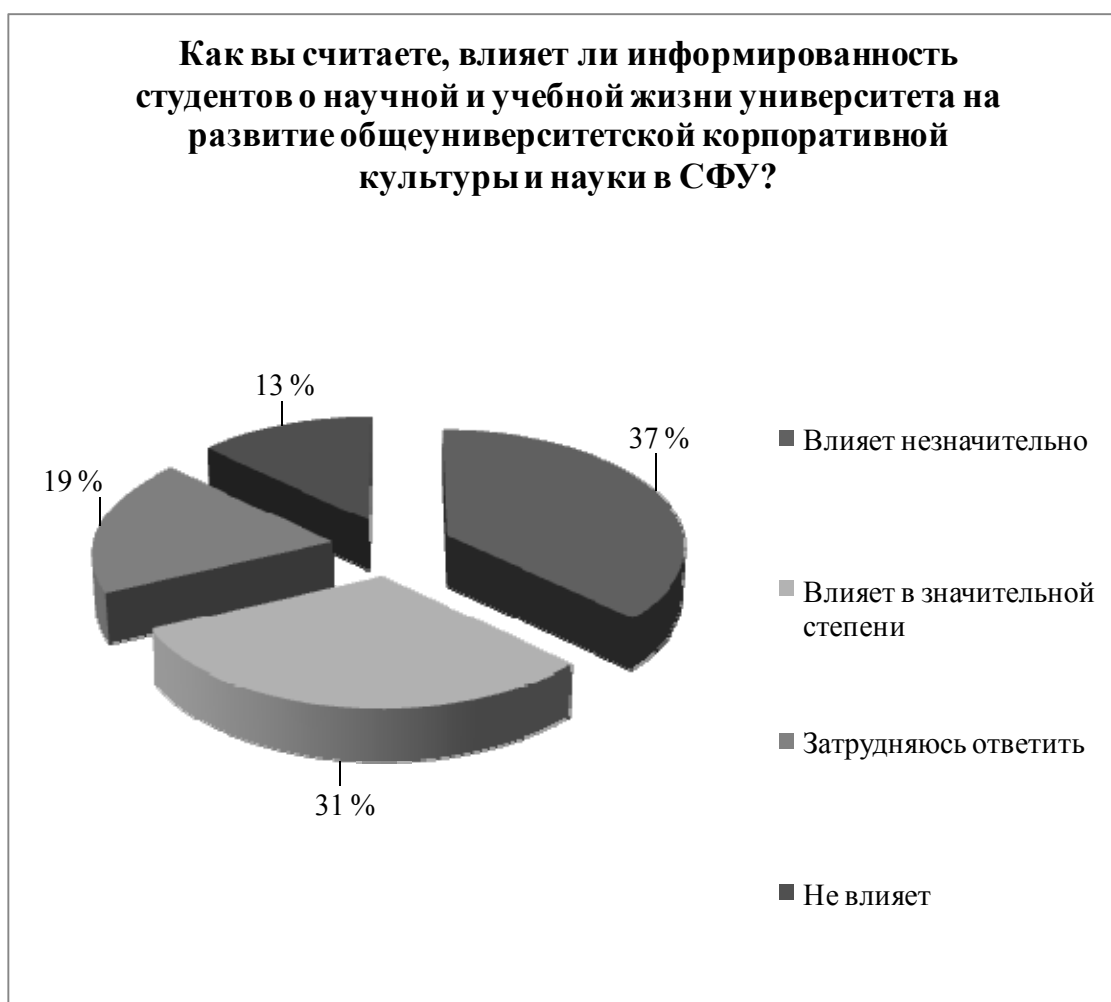
Таким образом, факторный анализ показал, что данные, полученные в результате факторного анализа, несколько отличаются от данных, полученных простым суммированием ответов:

- Выявлена категория респондентов, считающих, что заниматься формированием и совершенствованием корпоративной культуры университета должны руководители всех направлений (от руководства университета до руководителей кафедры).
- Вторая категория – это те студенты, которые считают, что это дело управления по делам молодежи, центра молодежной культуры вуза и, конечно же, самих студентов.

Следовательно, можно сделать вывод, что студенты делятся на две примерно равные по объему группы – «патерналисты», ожидающие ко-

манды от руководства, и «активисты», полагающие, что становление корпоративной культуры студентов СФУ зависит от них самих.

Далее студентам был задан вопрос «Как вы считаете, влияет ли информированность студентов о научной и учебной жизни университета на развитие общеуниверситетской корпоративной культуры и науки СФУ?» (рис. 7.25). Большинство респондентов указывают, что информированность студентов о научной и учебной жизни университета в той или иной мере влияет на развитие общеуниверситетской корпоративной культуры. Так, 31 % опрошенных студентов отмечают, что информированность *влияет в значительной степени*; 37 % считают, что *влияет, но незначительно*; 13 % опрошенных полагают, что информированность студентов *никак не влияет* на развитие корпоративной культуры, а 19 % респондентов *не имеют выраженного мнения по этому вопросу*.



*Рис. 7.25. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как вы считаете, влияет ли информированность студентов о научной и учебной жизни университета на развитие общеуниверситетской корпоративной культуры и науки СФУ?»*

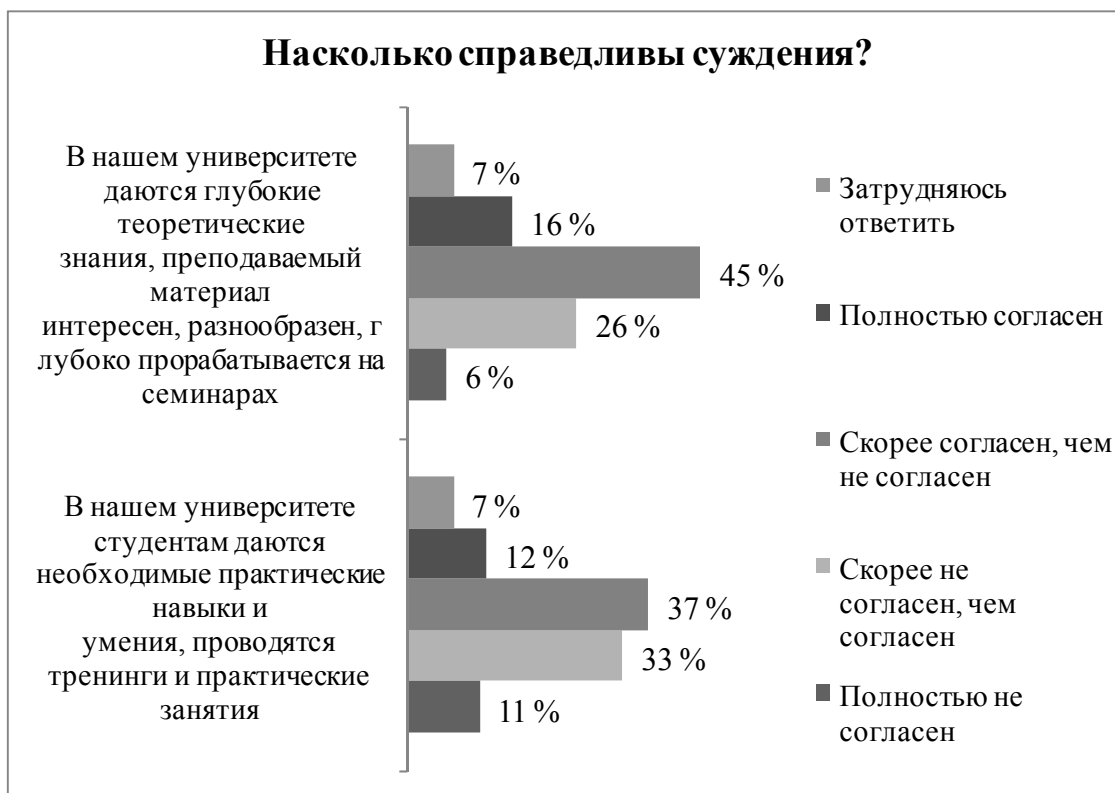
Чтобы охарактеризовать сложившуюся корпоративную культуру студентов СФУ, респондентам был задан вопрос «Ответьте, насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?» (рис. 7.27 –7.37).



*Рис. 7.26. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?»*



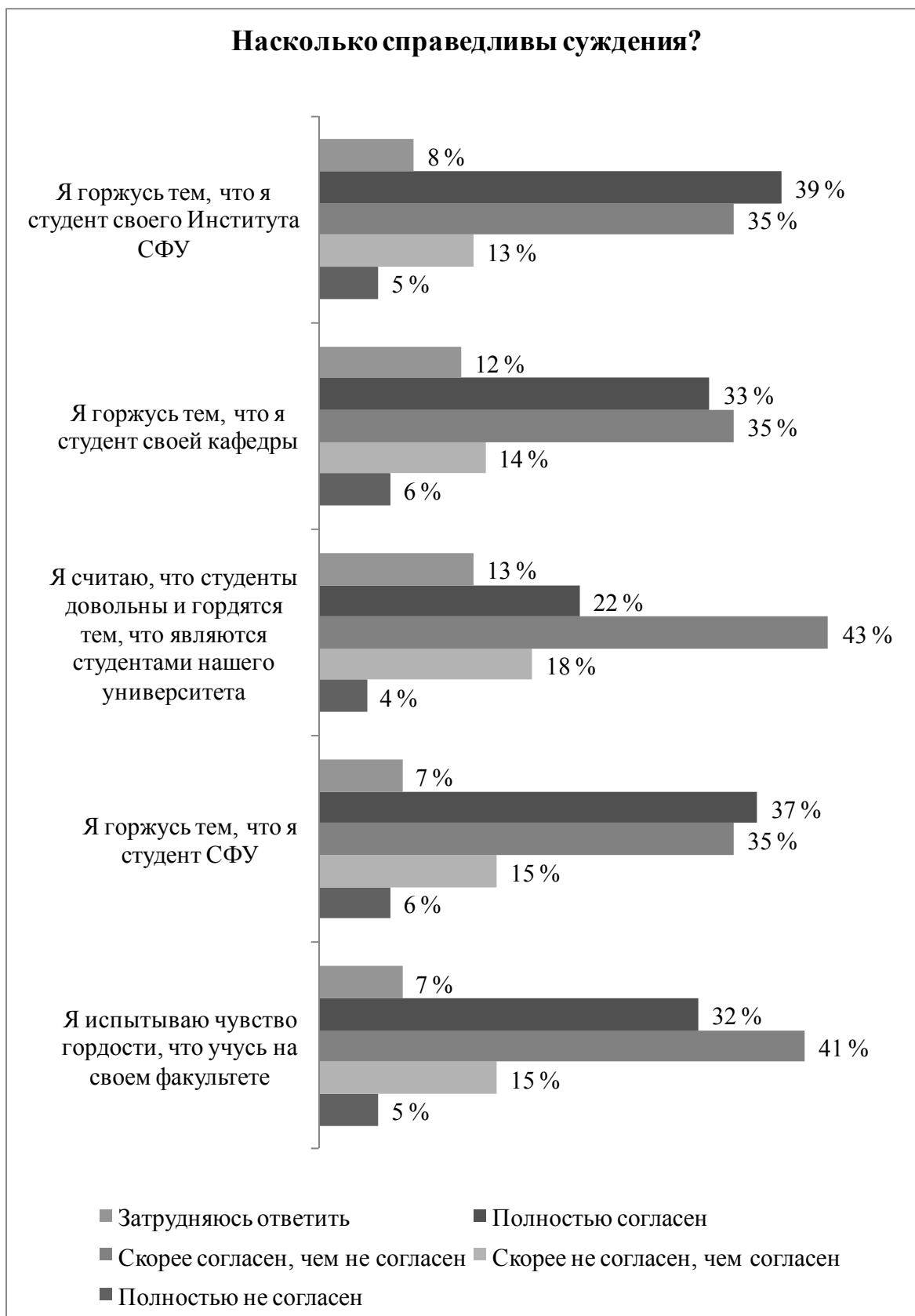
*Рис. 7.27. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?»*



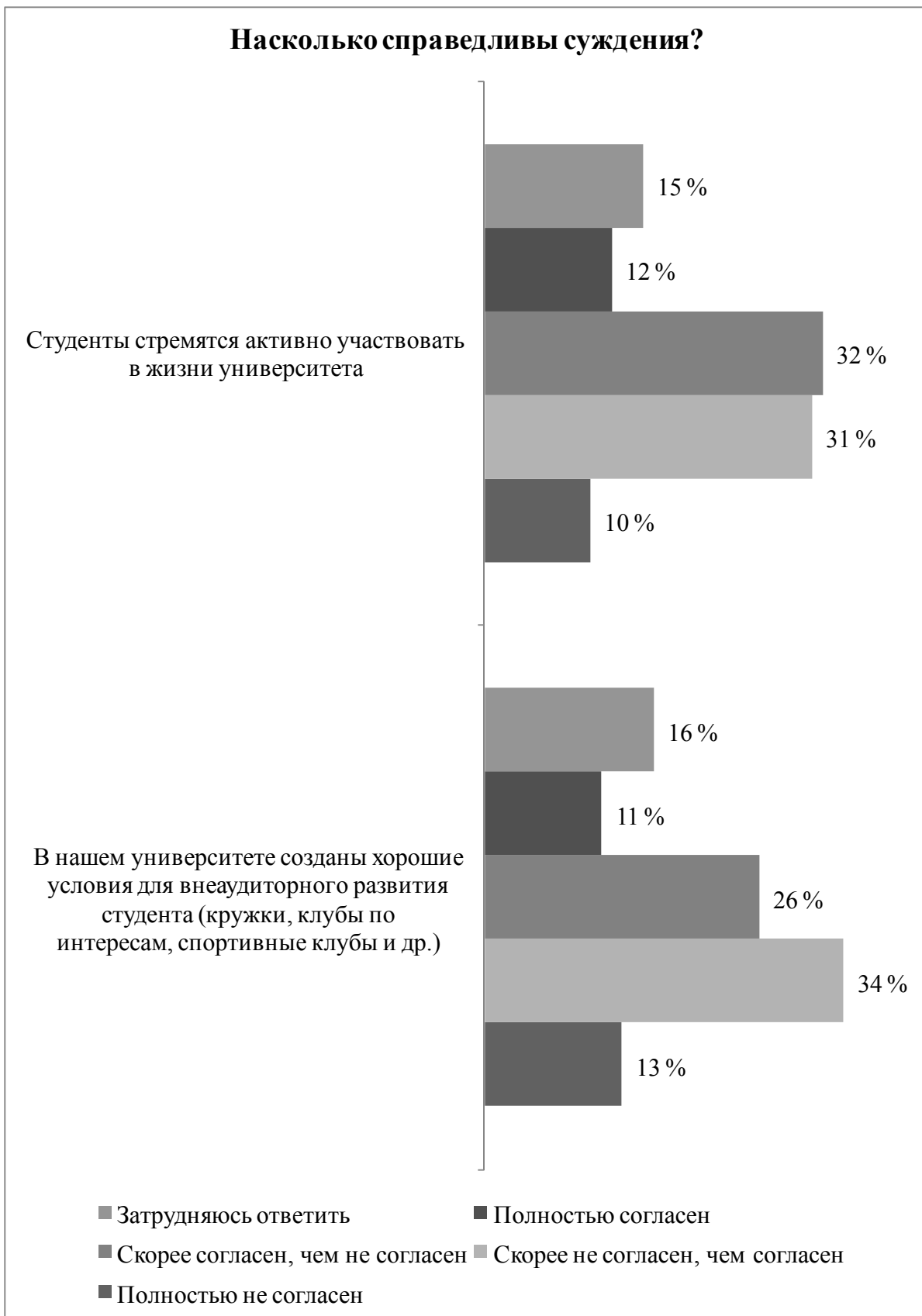
*Рис. 7.28. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?»*



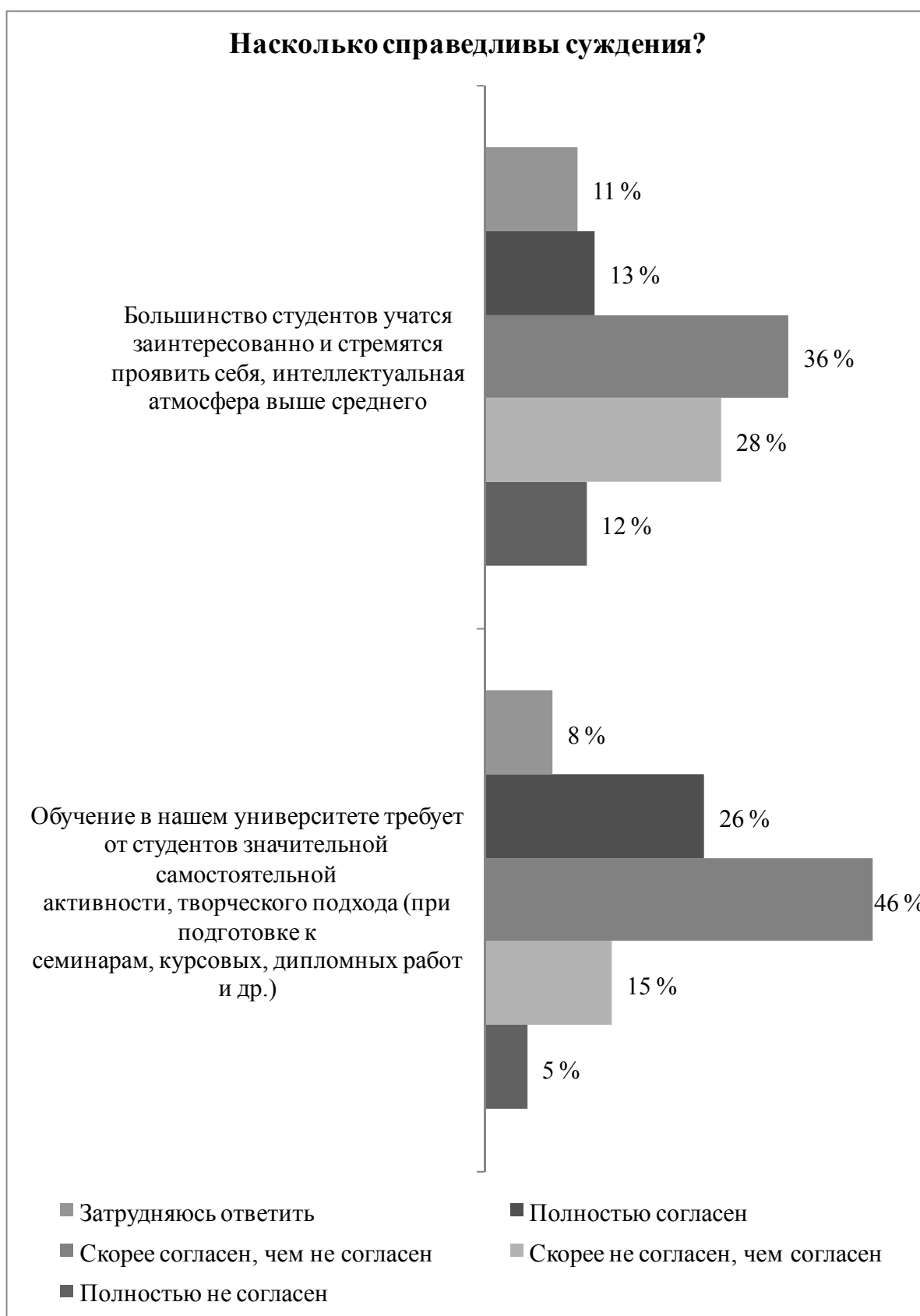
*Рис. 7.29. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?»*



*Рис. 7.30. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?»*



*Рис. 7.31. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?»*



*Рис. 7.32. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?»*





## Насколько справедливы суждения?



Рис. 7.34. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?»

### Насколько справедливы суждения?

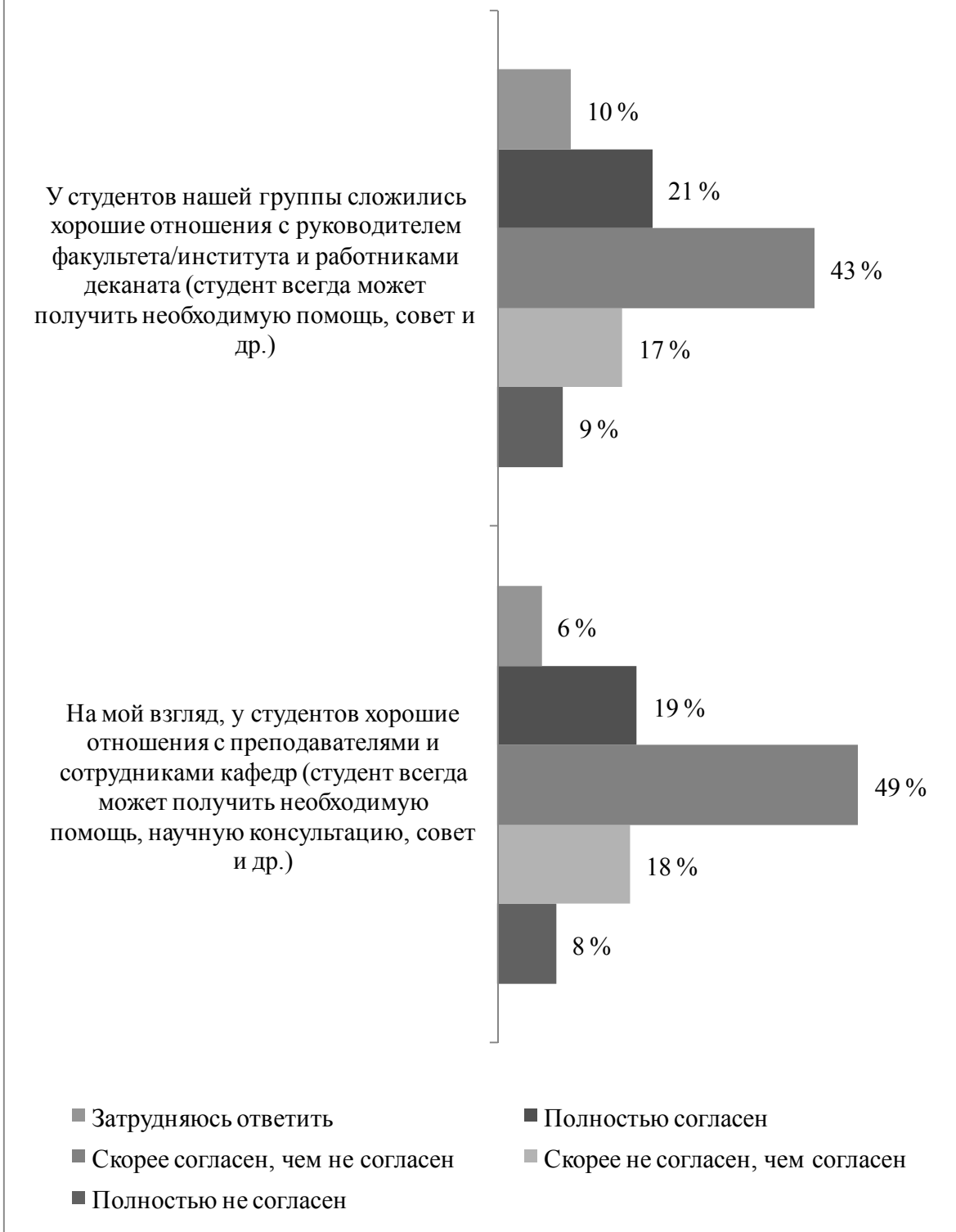


Рис. 7.35. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?»

### Насколько справедливы суждения?



Рис. 7.36. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?»



*Рис. 7.37. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько справедливы суждения для вашей учебы в вашем институте?»*

В соответствии с результатами анализа ответов респондентов на данный вопрос:

- большинство из опрошенных студентов – 47 % – на момент опроса не знают, как сформулирована миссия СФУ, знакомы с миссией университета только треть респондентов – 33 %. Также достаточно большая часть опрошенных (48 %) не имеют представления о долгосрочных целях университета и его программе развития (владеют этой информацией 40 % респондентов);
- 47 % респондентов отмечают, что в университете не созданы хорошие условия для внеаудиторного развития студента (кружки, клубы по интересам, спортивные клубы и др.);

- более половины опрошенных – 53 % – отрицают суждение, что в университете организуются различные мероприятия для студентов (вечера отдыха, выезд за город, экскурсии, концерты и др.).

Не до конца ясна позиция студентов по нескольким суждениям, мнения разделяются практически поровну:

- 44 % респондентов считают, что студенты университета стремятся активно участвовать в жизни СФУ, в то же время 41 % полагают, что студенты не проявляют свою активность;
- 47 % респондентов говорят о том, что в университете созданы все условия для удобства студентов (библиотеки, общежития, столовые, кафе и др.), однако такое же количество опрошенных не согласны с этим утверждением;
- 47 % студентов согласны с мнением, что в СФУ традиционным является празднование Дня студента, дня рождения вуза, государственных праздников и т. д., а 41 % опрошенных считают, что такой традиции в университете нет;
- 49 % уверены, что в университете студентам даются необходимые практические навыки и умения, проводятся тренинги и практические занятия, 44 % опрошенных не согласны с таким утверждением.

Суждения, с которыми большинство опрошенных студентов согласны:

- «Я знаю критерии, по которым оценивается успешность учебной деятельности студента» – 63 %;
- «В нашем университете справедливо применяются способы поощрения и наказания студентов» – 47 %;
- «В нашем университете даются глубокие теоретические знания, преподаваемый материал интересен, разнообразен, глубоко прорабатывается на семинарах» – 61 %;
- «В нашем университете организуется производственная практика» – 59 %;
- «Студенты представляют себе структуру нашего университета, существующие кафедры, факультеты и др.» – 68 %;
- «В нашем университете созданы и работают органы студенческого самоуправления и профсоюзы» – 74 %;
- «Большинство студентов учатся заинтересованно и стремятся проявить себя, интеллектуальная атмосфера выше среднего» – 49 %;

- «Обучение в нашем университете требует от студентов значительной самостоятельной активности, творческого подхода (при подготовке к семинарам, курсовых, дипломных работ и др.)» – 72 %;
- «В нашем студенческом коллективе сложились теплые, уважительные взаимоотношения» – 72 %;
- «Студенты старших и младших курсов помогают и поддерживают друг друга» – 47 %;
- «Сплоченность моего курса хорошая, конфликты фактически отсутствуют» – 73 %;
- «В нашем университете сформированы ритуалы принятия в студенты и вечер выпускников» – 54 %;
- «На мой взгляд, у студентов хорошие отношения с преподавателями и сотрудниками кафедр (студент всегда может получить необходимую помощь, научную консультацию, совет и др.)» – 68 %;
- «У студентов нашей группы сложились хорошие отношения с руководителем факультета / института и работниками деканата (студент всегда может получить необходимую помощь, совет и др.)» – 64 %;
- «Здания, в которых находится университет, чистые, просторные, имеют удобное расположение» – 63 %;
- «В нашем университете большие и хорошо оборудованные учебные аудитории» – 61 %;
- «В нашем университете хорошо подобраны курсы преподаваемых дисциплин, они интересны и актуальны» – 58 %;
- «Курс дисциплин ведется в строгом соответствии с учебным планом и графиком» – 67 %.

Крайне важны для формирования представления о корпоративной культуре студентов следующие показатели:

- большинство студентов гордятся тем, что являются студентами СФУ – 72 %, наряду с этим 65 % опрошенных считают, что все студенты гордятся своей учебой в СФУ;
- три четверти респондентов гордятся тем, что являются студентами своего института СФУ – 74 %;
- 73 % респондентов испытывают чувство гордости оттого, что учатся на своем факультете;
- 68 % опрошенных студентов гордятся тем, что являются студентами своей кафедры.

Для выявления наиболее важных, по мнению студентов, элементов корпоративной культуры вуза студентам был задан вопрос «Выделите 5 наиболее важных, на ваш взгляд, элементов корпоративной культуры СФУ. Пронумеруйте их в порядке значимости от более значимого к менее значимому». Большинство опрошенных студентов (64 %) наиболее важным элементом корпоративной культуры считают такой элемент, как философия и идеология университета, принимаемые большей частью студентов. На втором месте – нормы и правила поведения в университете, этот элемент корпоративной культуры отметили 53 % респондентов. На третьем месте по значимости для студентов находится такой элемент как ценности, задающие студентам ориентиры их поведения и действий – 50 %; 48 % ответивших отметили систему поощрения и наказания за успехи и неудачи в учебе. Пятерку наиболее важных элементов корпоративной культуры СФУ закрывает символика, логотип СФУ – 47 %. Далее в табл. 7.4 представлены все полученные ответы:

Таблица 7.4

**Распределение ответов респондентов на вопрос «Выделите 5 наиболее важных, на ваш взгляд, элементов корпоративной культуры СФУ. Пронумеруйте их в порядке значимости от более значимого к менее значимому (от 1 до 5, где 1-е место – наиболее значимый элемент, 5-е – наименее значимый)» (Сумма ответов больше 100 %, т. к. можно выбрать более 1 варианта ответа)**

Варианты ответа	Процент ответов
Философия и идеология университета, принимаемые большей частью студентов	64
Нормы и правила поведения в университете	53
Ценности, задающие студентам ориентиры их поведения и действий	50
Система поощрения и наказания за успехи и неудачи в учебе	48
Символика, логотип СФУ	47
Взаимоотношения между студентами университета	43
Традиции в СФУ	40
Социально-психологический климат в студенческом коллективе	35
Дизайн зданий и территории университета	33
Коммуникативная система, язык общения студентов университета	32
Внешний вид студентов университета	19
История развития СФУ	17
Имидж ректора СФУ	13
Другое (назовите)	14

Контент-анализ ответов на открытый пункт этого вопроса дал следующие результаты: 40 % респондентов указали в качестве важного элемента корпоративной культуры *принятие СФУ на международном уровне*, также 40 % отметили характеристику *культурные мероприятия, духовно обогащающие студентов*. 20 % студентов, ответивших на вопрос, указали такой элемент, как *качество обучения*.

Факторный анализ позволил выявить группы элементов, составляющие корпоративную культуру СФУ в массовом сознании респондентов. Эти группы отражены в пяти факторах. Каждый из них соответствует определённой группе студентов, которые являются выразителями соответствующих суждений.

Первый фактор характеризуется такими компонентами, как *система поощрения и наказания за успехи и неудачи в учебе, социально-психологический климат в студенческом коллективе, внешний вид студентов университета и имидж ректора СФУ*. Описательная сила фактора: 11 %.

Второй фактор выделяет такие составляющие, как *традиции в СФУ и взаимоотношения между студентами университета*. Описательная сила: 8,9 %.

Третий фактор содержит в себе *философию и идеологию университета, принимаемые большей частью студентов и ценности, задающие студентам ориентиры их поведения и действий*. Описательная сила: 8,8 %.

Четвертый фактор выделяет как главные элементы *нормы и правила поведения в университете, историю развития СФУ и коммуникативную систему, язык общения студентов университета*. Описательная сила: 8,7 %.

Пятый фактор характеризуется таким элементом, как *символика, логотип СФУ*. Описательная сила фактора: 8,1 %.

На основании результатов проведенного нами социологического исследования корпоративной культуры студентов СФУ можно сделать следующие выводы.

- В настоящее время (напомним, что опрос проводился в 2009 г.) корпоративная культура студентов Сибирского федерального университета носит несформированный характер.
- Большинство студентов не знают, что означает символика вуза; не имеют представления о целях и задачах вуза; не знакомы с миссией и концепцией развития СФУ.
- Большинство студентов ощущают недостаток информации о событиях, происходящих в вузе.



- Уровень удовлетворенности психологической атмосферой в студенческих группах невысок, большинство студентов недовольны атмосферой как в своей группе, так и во всем СФУ в целом. Студенты положительно оценивают отношения между студентами и преподавателями, административными работниками.
- Студенты старших и младших курсов характеризуют систему преподавания и систему оценивания положительно.
- Студенты старших курсов считают, что обучение в вузе требует значительной самостоятельной активности и творческого подхода. Большинство студентов учатся заинтересованно и стремятся проявить себя, интеллектуальная атмосфера выше среднего.
- Студенты младших курсов удовлетворены организацией учебной и внеучебной деятельности в СФУ, в то время как студенты старших курсов недовольны организацией внеучебной деятельности в университете.
- У большинства студентов потенциал самостоятельного участия в формировании корпоративной культуры СФУ невысок, лишь малая часть студентов способны активно строить студенческую корпоративную культуру.
- Большинство студентов ощущают необходимость в проведении мероприятий по улучшению корпоративной культуры университета.
- Имидж СФУ и социальные ожидания студентов от него имеют различия в зависимости от курса и института обучения студентов.
- Существуют значительные различия в восприятии и оценке корпоративной культуры вуза у студентов, учащихся в различных институтах СФУ, на различных факультетах и специальностях.

В соответствии с результатами исследования могут быть предложены следующие **рекомендации** по совершенствованию корпоративной культуры студентов СФУ.

В первую очередь, необходимо выработать четкую нормативную базу по корпоративной культуре – кодекс корпоративной культуры, который призван обеспечить формирование единых стандартов поведения студентов с преподавателями, друг с другом, с сотрудниками университета, приверженность ценностям университета. Но следует учитывать тот факт, что кодекс должен перекликаться с ценно-

стями студентов, отвечать их интересам и воспроизводить их положительные представления о СФУ; иначе этот кодекс будет просто очередным документом, который не найдет никакой поддержки и понимания в студенческой среде, как это произошло с Кодексом студента СФУ, отторгаемым студенческой аудиторией и активно критикуемым студентами в блогах, на форумах и в обращениях в корпоративное издание университета.

Во-вторых, требуется создание качественной информационной политики СФУ, что необходимо для большей информированности студентов о жизни университета, в свою очередь, это способствует ощущению студентами сопричастности СФУ.

В-третьих, необходимо создание программ внеаудиторного развития студента (кружки, клубы по интересам, спортивные клубы и др.).

В-четвертых, крайне полезна реализация досуговых мероприятий для студентов (увеличение количества корпоративных мероприятий, совместное празднование важных событий, участие в различных конкурсах – всё это способствует сплочению коллектива).

В-пятых, важно поддерживать полюбившиеся студентам традиции (организация и проведение студенческих, а также профессиональных праздников) и развивать новые, такие как ежегодный выбор и награждение лучших студентов СФУ, конкурсы научных проектов, выбор молодежных лидеров и др.

Для получения положительного результата, т. е. совершенствования корпоративной культуры, необходимо поддерживать все начатые мероприятия, обязательно доводить их до логического завершения, последовательно проводить выбранную политику. В разработке отдельных инструментов нужно опираться на мнение студентов, проводить регулярные опросы, анкетирование, поддерживать обратную связь. К работе над некоторыми проектами можно подключать инициативные студенческие группы. Информация о жизни университета должна быть доступна каждому студенту. Только тогда участие в различных мероприятиях создает у студентов положительный настрой по отношению к университету и их реализация будет способствовать эффективному формированию корпоративной культуры студентов СФУ.

В целом, возвращаясь к социологическому анализу Сибирского федерального университета, вуза с выраженной инновационной направленностью, и его успехов на ниве формирования студенческой корпоративной культуры, мы приходим к заключению, что как новой организации, к тому же созданной «по решению сверху», директив-

ным путем, университету на момент проведения опроса были присущи серьезные противоречия, обусловленные серьезными институциональными трансформациями в России как в сфере высшего профессионального образования, так и в обществе в целом.

Как показали результаты ряда социологических исследований, проведенных нами в рамках деятельности Центра социологических исследований СФУ за период с 2007 по 2009 г. («Социальные ожидания студентов от проекта “Сибирский федеральный университет”», «Культура и студенты СФУ: понимание, отношение, представления», «Анализ социальных механизмов внутриорганизационных коммуникаций в ФГОУ ВПО “Сибирский федеральный университет”», «Внешний имидж ФГОУ ВПО “Сибирский федеральный университет”», «Корпоративная культура студентов ФГОУ ВПО “Сибирский федеральный университет”»), для недавно созданного ФГОУ ВПО «Сибирский федеральный университет» в тот период было характерно существенное несовпадение динамики институциональных перемен. Это проявлялось в рассогласовании процессов управления университетом, экономической деятельностью вуза и его социальной средой, т. е. сотрудниками и студентами.

В целом, как показали результаты исследования, можно утверждать, что существует конфликт между культурным контекстом, т. е. ценностями современных студентов, которые составляют основу их корпоративной культуры, и институциональными изменениями в высшем профессиональном образовании, в данном случае представленными в создании вуза нового типа – СФУ. Очевидно, на момент проведения опроса студенты СФУ не были готовы адекватно воспринимать происходящие в вузе трансформации и в полной мере интернализировать ценности, нормы и роли, артикулируемые модернизированной системой высшего образования.

## 8. ПРОЦЕСС ОБУЧЕНИЯ В УНИВЕРСИТЕТЕ: УСПЕХИ И ОЖИДАНИЯ

Как показано на рис. 8.1, в ответах первокурсников на вопрос «Как вы оцениваете состояние материально-технической базы своего института СФУ?» наибольшее количество отличных оценок получили:

- работа столовых, кафе, буфетов в учебном корпусе – 22 %;
- работа гардероба – 18 %;
- оснащённость компьютерных классов – 17 %;
- обеспеченность библиотеки учебной литературой – 16 %.

В среднем же на «отлично» оценил состояние всех выделенных аспектов материально-технической базы своего института примерно каждый десятый из опрошенных.

Наибольшее недовольство студентов вызывает (оценка «плохо»):

- состояние туалетов – 41 %;
- оснащённость спортивных залов – 21 %;
- санитарно-гигиенические условия (чистота коридоров, аудиторий) – 19 %;
- оснащённость лабораторий современным оборудованием – 19 %;
- оснащённость учебных аудиторий современным оборудованием (мебель, освещение, средства презентации лекций) – 19 %;
- наличие специально отведённых мест для курения – 17 %;
- состояние прилегающей к учебному корпусу территории (дорожки, клумбы, скамейки, урны) – 17 %;
- доступность стоянки для личного транспорта – 16 %;
- состояние общежитий – 16 %.

Как показало исследование (рис. 8.2), наиболее высока удовлетворённость первокурсников следующими элементами учебного процесса в университете («скорее устраивает» + «полностью устраивает»):

- уровень преподавания основных предметов – 89 %;
- размер учебных групп – 87 %;
- квалификация преподавателей (учёная степень, опыт работы) – 86 %;

## Как вы оцениваете состояние материально-технической базы своего института СФУ?



Рис. 8.1. Распределение ответов на вопрос «Как вы оцениваете состояние материально-технической базы своего института СФУ?»

- *расписание занятий* – 72 %;
- *набор учебных дисциплин* – 67 %;
- *обеспеченность учебной литературой по основным предметам* – 61 %.

При этом наиболее не удовлетворены студенты («не устраивает» + «скорее не устраивает»):

- *применением информационных технологий на занятиях в аудитории (доступ в Интернет, презентации, видеоаудиотехника и др.)* – 38 %;
- *использованием современного лабораторного оборудования на занятиях* – 39 %;
- *обеспеченностью учебной литературой по основным предметам* – 33 %;
- *системой оценивания знаний* – 27 %;
- *расписанием занятий* – 26 %;
- *обеспеченностью учебной литературой по курсам по выбору* – 23 %;
- *возможностью поездок на конференции, стажировки, студенческого обмена* – 22 %;
- *уровнем знаний студентов* – 21 %.

Обращает на себя внимание тот факт, что почти две трети опрошенных удовлетворены обеспеченностью учебной литературой по основным предметам, а треть первокурсников не удовлетворена ею. Это может быть связано с неодинаковой обеспеченностью литературой студентов различных учебных курсов и специальностей. Следует также подчеркнуть, что неудовлетворённость первокурсников различными аспектами учебного процесса зачастую бывает связана с их малым опытом учёбы в вузе, отсутствием включённости в те или иные аспекты учебной жизни, а также просто неосведомлённостью о различных сторонах и возможностях обучения в университете.

При оценке респондентами составляющих учебного процесса с помощью факторного анализа было выделено четыре фактора.

Первый фактор характеризуется удовлетворённостью первокурсников такими элементами учебного процесса, как *уровень преподавания основных предметов, набор учебных дисциплин, размер учебных групп, квалификация преподавателей (ученая степень, практический опыт), система оценивания знаний, расписание занятий*. Описательная сила: 18 %.

## В какой мере вас устраивают перечисленные ниже составляющие учебного процесса?



Рис. 8.2. Распределение ответов на вопрос «В какой мере вас устраивают перечисленные ниже составляющие учебного процесса?»

Второй фактор включает следующие компоненты: *уровень знаний студентов, возможность поездок на конференции, стажировки, студенческого обмена, возможность заниматься научными исследованиями, принимать активное участие в научных проектах, возможность участия в культурно-просветительских мероприятиях*. Описательная сила: 17 %.

Третий фактор содержит такие элементы, как: *уровень преподавания предметов по выбору, количество предметов по выбору и обеспеченность учебной литературой по курсам по выбору*. Описательная сила: 13 %.

Четвертый фактор характеризуется наличием *кружков по научным/учебным интересам, научных студенческих клубов, обеспеченностью учебной литературой по основным предметам, применением информационных технологий на занятиях в аудитории (доступ в Интернет, презентации, видеоаудиотехника и др.), использованием современного лабораторного оборудования на занятиях*. Описательная сила: 11 %.

Как видим, выделились четыре обобщённых локуса удовлетворённости студентов учебным процессом в зависимости от того, что именно им представляется в нём наиболее важным.

Согласно результатам корреляционного анализа, многих студентов бывшего Политехнического института устраивают такие составляющие учебного процесса, как *обеспеченность учебной литературой по курсам по выбору и использование современного лабораторного оборудования на занятиях*, однако их не устраивают *размер учебных групп, уровень преподавания основных предметов, квалификация преподавателей (ученая степень, практический опыт), возможность поездок на конференции, стажировки, студенческого обмена*. Напротив, все данные составляющие учебного процесса, как правило, *устраивают* большинство студентов бывшего Института естественных и гуманитарных наук. Среди не устраивающих их элементов учебного процесса – *обеспеченность учебной литературой по курсам по выбору, использование современного лабораторного оборудования на занятиях*. Основным удовлетворяющим фактором в учебном процессе для значительной части респондентов бывшего Института цветных металлов и золота является *уровень знаний студентов*. Студенты бывшего Института архитектуры и строительства часто отмечают в качестве элементов учебного процесса, которые их устраивают, *размер учебных групп, применение информационных технологий на занятиях в аудиториях (доступ в Интернет, презентации, видеоаудиотехника и др.)*. Однако *возможность участия в культурно-*



*просветительских мероприятиях* была отнесена многими из них к неудовлетворительным элементам.



*Рис. 8.3. Распределение ответов на вопрос «Интересно ли вам учиться в СФУ?»*

Образовательный процесс на момент опроса вызывал интерес у большинства респондентов, что свидетельствует о включенности опрашиваемых в учебную деятельность, их нацеленность на получение знаний (рис. 8.3). Преобладание варианта *учеба вызывает некоторый интерес* (51 %) по отношению к варианту *учусь с большим желанием* (34 %) объясняется сложным процессом адаптации первокурсников не только к самим занятиям, но и к изменившимся окружающим условиям (смена школьных классов на вузовские аудитории, новый преподавательский состав, изменившиеся учебные требования и т. д).

Характерно, что значимых различий в отношении к учёбе у студентов, обучающихся на бюджетной и на внебюджетной основе, не выявлено.

Студенты бывшего Политехнического института в своем большинстве относятся к учебе *безразлично*. Студенты бывшего Института естественных и гуманитарных наук склонны *учиться с большим желанием*. У многих студентов бывшего Института цветных металлов и золота учеба вызывает лишь *некоторый интерес*. Большинство студентов бывшего Института архитектуры и строительства *затруднились* дать ответ на вопрос, интересно ли им учиться в СФУ, однако отметили как отрицаемые такие варианты, как *учусь с большим желанием*, *учеба вызывает некоторый интерес* и *учеба бывает мне в тягость*.

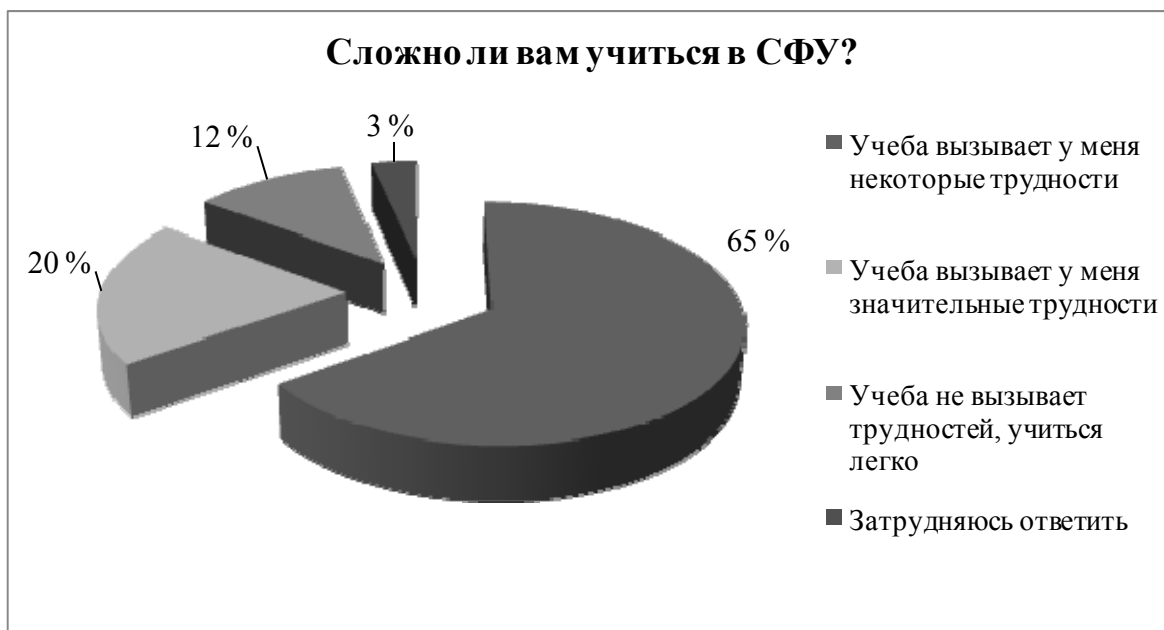


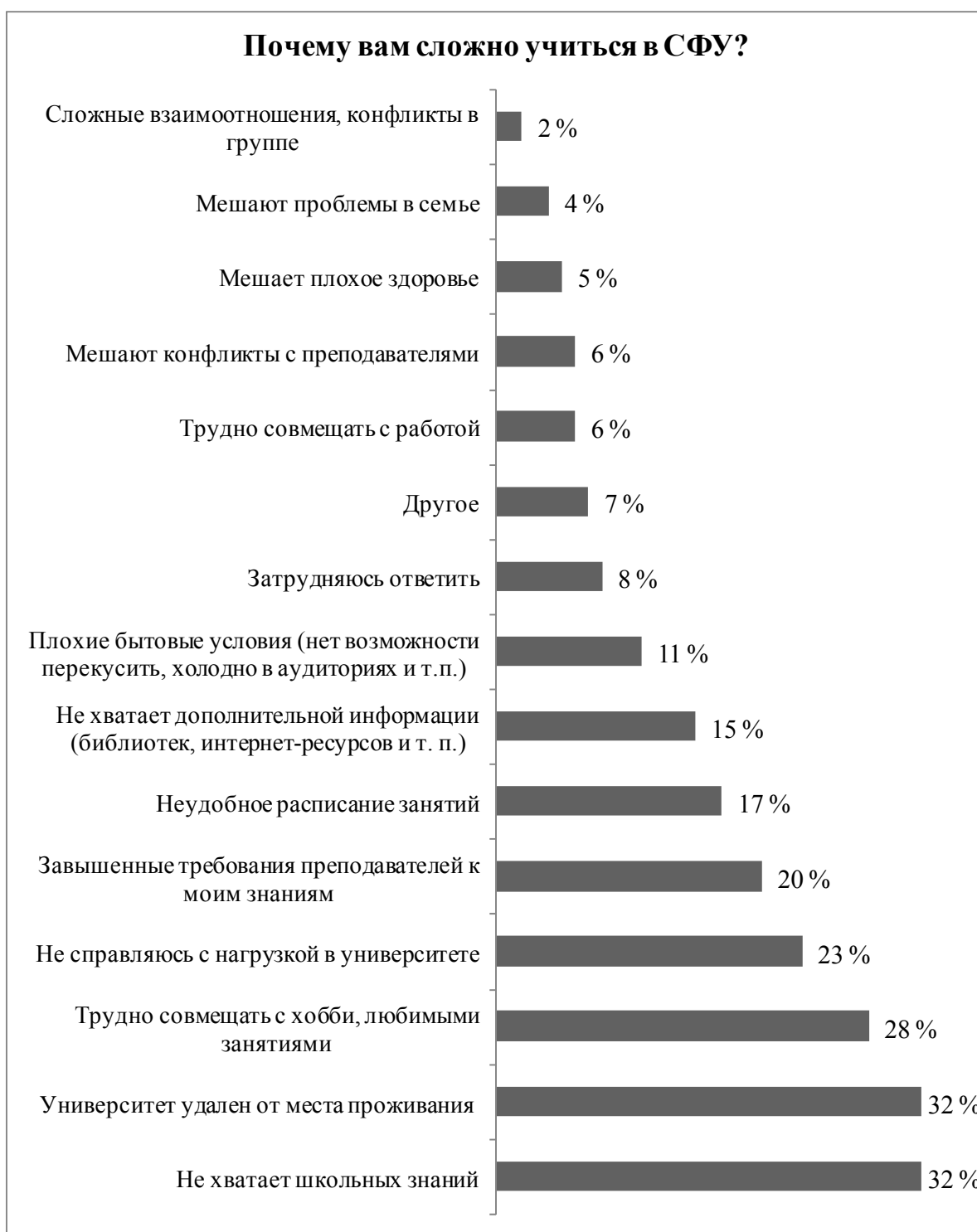
Рис. 8.4. Распределение ответов на вопрос  
«Сложно ли вам учиться в СФУ?»

Как показано на рис. 8.4, у каждого пятого из первокурсников учёба вызывает *значительные трудности*. Две трети опрошенных признались, что учёба вызывает у них *некоторые трудности*. Ответили, что *учиться им легко*, только 12 % первокурсников. Как видим, процесс адаптации первокурсников к учёбе в университете оказался сложным для большинства из них, что требует разработки специальных мер по повышению эффективности этого процесса.

При этом учёба вызывает *некоторые трудности* у большинства студентов бывших Политехнического института, Института естественных и гуманитарных наук и Института цветных металлов и золота. Только у многих студентов бывшего Института архитектуры и строительства учёба *не вызывает трудностей и учиться им легко*.

Как показано на рис. 8.5, наиболее распространёнными в ответах студентов причинами испытываемых ими трудностей в обучении являются:

- *нехватка школьных знаний* – 32 %;
- *удалённость университета от места проживания* – 32 %;
- *трудность совмещения учёбы с хобби, любимыми занятиями* – 28 %;
- *не справляюсь с нагрузкой в университете* – 23 %;
- *завышенные требования преподавателей к моим знаниям* – 20 %;
- *неудобное расписание занятий* – 17 %;



*Рис. 8.5. Распределение ответов на вопрос «Почему вам сложно учиться в СФУ?»*

- *нехватка дополнительной информации (библиотек, интернет-ресурсов и т. п.) – 15 %;*
- *плохие бытовые условия (нет возможности перекусить, холодно в аудиториях и т. п.) – 11 %.*

По данным корреляционного анализа, большинство студентов бывшего Политехнического института *затруднились* дать ответ на вопрос о том, почему им сложно учиться в СФУ, однако респонденты отметили, что это никак *не связано с нехваткой школьных знаний и дополнительной информации (библиотек, интернет-ресурсов и т. п.)*. Значительная часть студентов бывшего Института естественных и гуманитарных наук отметили как фактор, по причине которого им сложно учиться в СФУ, *нехватку дополнительной информации (библиотек, интернет-ресурсов и т. п.)*. Для многих студентов бывшего Института цветных металлов и золота таким фактором является *нехватка школьных знаний*. Студенты бывшего Института архитектуры и строительства указали в качестве препятствующего учебе обстоятельства *плохие бытовые условия (нет возможности перекусить, холодно в аудиториях и т. п.)*.

Факторный анализ позволил выявить структуру причин, *по которым респондентам сложно учиться в СФУ*. Данная структура отражена в шести мало различающихся по своей описательной силе факторах. Каждый из них соответствует определенной группе студентов, которые являются выразителями соответствующих суждений.

Первый фактор характеризуется такими компонентами, как *не хватает школьных знаний и завышенные требования преподавателей к моим знаниям*. Описательная сила: 10,0 %.

Второй фактор выделяет такие составляющие, как *не хватает дополнительной информации (библиотек, интернет-ресурсов и т. п.) и плохие бытовые условия (нет возможности перекусить, холодно в аудиториях и т. п.)*. Описательная сила: 9,0 %.

Третий фактор содержит такие причины, как *мешают конфликты с преподавателями и сложные взаимоотношения, конфликты в группе*. Описательная сила: 8,4 %.

Четвертый фактор выделяет как главный элемент *удаленность университета от места проживания*. Описательная сила: 8,3 %.

Пятый фактор характеризуется таким элементом, как *трудно совмещать обучение с хобби, любимыми занятиями*. Описательная сила: 7,9 %.

Шестой фактор выделяет такие причины, как *трудно совмещать с работой, неудобное расписание занятий и мешают проблемы в семье*. Описательная сила: 7,8 %.

Таким образом, к числу важнейших причин, вызывавших на момент проведения исследования у студентов трудности в обучении, относятся нехватка знаний и неумение их пополнять, плохие бытовые условия в университете, сложные межличностные отношения со сверстниками и преподавателями, а также разного рода внешние обстоятельства: удалённость учёбы от места жительства, необходимость совмещать учёбу с работой, семейные проблемы и т. п.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В монографии рассмотрен целый ряд взаимосвязанных прикладных проблем. Так, анализ ценностных ориентаций студентов имеет важное практическое значение для формирования инновационного образовательного и воспитательного процесса в вузе. Значительная часть студентов младших курсов имеют несформировавшуюся систему ценностей, которая во многом складывается в процессе их социально-психологической адаптации к вузу и обучения в нём. Вместе с тем немалая часть недавно поступивших студентов обладает известными антисоциальными ориентациями. Многие студенты имеют неадекватные, поверхностные представления о будущей учёбе, своих обязанностях и получаемой специальности. При этом значительное число студентов не обладают необходимой культурой и социально-нравственными ценностями. С одной стороны, это требует соответствующих усилий со стороны преподавателей и администрации университета по изменению и корректировке определённых установок студенчества. С другой стороны – организация учебного процесса в вузе не всегда соответствует реальным потребностям студентов, что снижает эффективность их воспитания. Формирование ценностных ориентаций студенческой молодёжи определяется целым рядом факторов, среди которых важное место занимают имидж вуза, в котором они обучаются, уровень развития в нём корпоративной культуры, организация учебно-воспитательного процесса, состояние материально-технической базы и др. Поэтому анализ ценностных ориентаций студентов, проблем, которые, по их мнению, затрудняют обучение в вузе, позволит разработать практические рекомендации по повышению эффективности их обучения и воспитания в университете.

Изучение различных аспектов ценностных ориентаций и представлений студентов, связанных с их учёбой в университете, имеет важное прикладное значение для реализации программы развития федеральных вузов в России, совершенствования их внутренней корпоративной культуры и повышения эффективности учебно-воспитательного процесса. Полученные в результате исследований данные позволили выявить иерархию проблем, которые беспокоят студентов, что может помочь более успешно осуществлять планирование учебного процесса, скорректировать набор на различные специальности, повысить эффективность определения приоритетов в развитии материально-технической базы различных факультетов и институтов и т. п.

Важным аспектом предполагаемых исследований является изучение имиджа университета в массовом сознании студентов, что имеет первостепенное значение для дальнейшего совершенствования работы по формированию благоприятного имиджа данного вуза. Практическая значимость полученных результатов заключается в том, что научно-методические разработки, методики, научные результаты и практические рекомендации, разработанные при выполнении данных исследований, могут быть использованы в практике управления развитием Сибирского федерального университета, совершенствования в нём учебно-воспитательного процесса.

Проведённые исследования позволили сделать следующие выводы:

1. Обращает на себя внимание факт преобладания среди первокурсников жителей Красноярска и других городов края. Крайне незначительно представлены выходцы из сельской местности и других регионов Сибири. Для преодоления присущего на момент проведения исследований университету психологического статуса у ряда абитуриентов и их родителей статуса краевого вуза необходима как упорная работа по формированию его позитивного внешнего имиджа, так и создание и реализация специальной программы по привлечению выпускников общеобразовательных школ из других регионов Сибири (надо сказать, что в последние годы такая работа активно ведётся).

2. У значительной части первокурсников ещё не сформировалась устойчивая профессиональная направленность, отсутствует чёткая мотивация поступления в вуз. Причём доминирует исключительно внешняя, престижно-статусная ориентация, не связанная с получением избранной профессии. Немаловажное значение для первокурсников имеет хорошая материальная база вуза и его удобное месторасположение (прежде всего это касается студентов, живущих на правом берегу и обучающихся на площадке бывшего Института цветных металлов и золота). Почти половина опрошенных или ещё не определились относительно того, будут ли они работать после окончания вуза в соответствии с полученной специальностью, или уже точно знают, что не будут. Большинство первокурсников рассматривают обучение в университете отнюдь не как способ получения любимой профессии, а лишь в качестве «социального лифта».

3. Велика роль внешних, в том числе случайных факторов, обусловивших поступление студентов в университет. Мало кто из них принял это решение самостоятельно. На момент проведения исследований многие студенты (и их родители, друзья, родственники и учителя) нередко воспринимали СФУ не как единое образовательное уч-

реждение, а в качестве четырёх мало связанных вузов, каждый из которых обладает своими достоинствами и недостатками. Это свидетельствовало о недостаточной в то время сформированности внешнего имиджа СФУ. При этом на вербальном уровне студенты высказывают широкий спектр ярко позитивных оценок СФУ, что предоставляет большие возможности для успешной работы по развитию его позитивного имиджа, которая в настоящее время интенсивно и успешно проводится соответствующими службами университета, что уже привело к ряду положительных результатов.

4. Крайне тревожной является массовая ориентация первокурсников на получение второго высшего образования, что говорит прежде всего об отсутствии у большинства из них позитивного отношения к избранной профессии, отчасти – о раннем разочаровании в ней, случайном выборе ими факультета или получаемой специальности, неуверенности в том, что она поможет им достичь успеха в жизни. Сказывается и отсутствие чёткой профориентационной работы среди учащихся старших классов общеобразовательных школ.

5. Некоторая часть опрошенных первокурсников высказала недовольство состоянием материальной базы СФУ. Наибольшее недовольство студентов вызывали её следующие аспекты: состояние туалетов, оснащённость спортивных залов, санитарно-гигиенические условия (чистота коридоров, аудиторий,) оснащённость лабораторий учебных аудиторий современным оборудованием (мебель, освещение, средства презентации лекций), наличие специально отведённых мест для курения, состояние прилегающей к учебному корпусу территории (дорожки, клумбы, скамейки, урны), доступность стоянки для личного транспорта, состояние общежитий. Надо сказать, что за последние два–три года ситуация разительно изменилась. Введены в строй новые комфортабельные общежития, оборудованы стоянки для автотранспорта, благоустроена внешняя территория, не говоря уже о внутренних помещениях вуза. Так, целый ряд учебных аудиторий оборудованы электронными демонстрационными досками и т. п.

6. Большинство первокурсников на момент проведения исследований в целом удовлетворены организацией учебного процесса в университете. Вместе с тем часть опрошенных студентов (20–40 %) в той или иной мере были недовольны: уровнем применения информационных технологий на занятиях в аудитории (доступ в Интернет, презентации видеоаудиотехника и др.), возможностями использования современного лабораторного оборудования на занятиях, обеспеченностью учебной литературой по основным предметам, системой оценивания знаний, расписанием занятий, обеспеченностью учебной ли-



тературой по курсам по выбору, возможностью поездок на конференции, стажировки, по студенческому обмену и даже... уровнем знаний самих студентов. В этой связи нельзя не отметить открытие в СФУ новой большой научной библиотеки, оснащённой самым современным оборудованием, постоянное пополнение учебных и лабораторных аудиторий новым современным оборудованием.

7. Процесс обучения в СФУ у большинства опрошенных первокурсников вызывает определённый интерес, что свидетельствует о включенности опрашиваемых в учебную деятельность, их нацеленности на получение знаний. Характерно, что значимых различий в отношении к учёбе у студентов, обучающихся на бюджетной и внебюджетной основе, не выявлено. Однако студенты, обучающиеся на различных площадках, относятся к учёбе по-разному. Так, студенты бывшего Политехнического института в своем большинстве относятся к учебе *безразлично*. Первокурсники бывшего Института естественных и гуманитарных наук склонны *учиться с большим желанием*. У многих студентов бывшего Института цветных металлов и золота учеба вызывает лишь *некоторый интерес*. Большинство первокурсников бывшего Института архитектуры и строительства *затруднились* дать ответ на вопрос, интересно ли им учиться в СФУ, однако часто отрицают такие варианты ответа, как *учусь с большим желанием*, *учеба вызывает некоторый интерес* и *учеба бывает мне в тягость*. Следует подчеркнуть, что студенты, обучающиеся в названных четырёх бывших вузах, заметно отличаются друг от друга и по многим другим показателям. Таким образом, дифференциация общего контингента студентов университета начинается ещё с момента выбора абитуриентами будущего места обучения и с момента их поступления в вуз.

8. Что вполне естественно, немалая часть первокурсников испытывают определённые трудности в учёбе. К числу важнейших причин, вызывающих эти трудности, судя по ответам студентов, относятся: нехватка знаний и неумение их пополнять, сложные межличностные отношения со сверстниками и преподавателями, а также разного рода внешние обстоятельства: удалённость учёбы от места жительства, необходимость совмещать учёбу с работой, семейные проблемы и т. п.

9. Большинство опрошенных студентов находятся на полном содержании у своих родителей: две трети первокурсников (66 %) получают от родителей от 70 до 100 % «своих» доходов. Обращает на себя внимание тот факт, что 15 % первокурсников получают от родителей менее 30 % денег, необходимых им для жизни. Поэтому не случайно

15 % респондентов уже имеют постоянное или временное место работы.

10. Факторный анализ показал, что во внутренней структуре социальных ожиданий первокурсников от обучения в СФУ несколько преобладает комплекс ожиданий, которые практически не связаны с работой по специальности: *обзавестись знакомыми, друзьями, сформировать круг общения; найти спутника жизни; сформировать свое мировоззрение и обзавестись нужными для карьеры связями*. Таким образом, первокурсники несколько больше ориентированы на социальную и гуманистическую функцию высшего образования, нежели на собственно профессиональную. Этот факт крайне важно учитывать в процессе формирования корпоративной культуры в университете, а также всей воспитательной работы с молодёжью.

11. Ценности-цели, наиболее распространенные в массовом сознании первокурсников, носят ярко выраженный статусный, индивидуалистический и потребительский характер. Важное значение для них имеют такие инструментальные ценности, как *деньги и высокое социальное положение родителей, жёсткость и расчётливость, умение слукавить, приравненное к умению ладить с людьми, использование магии и колдовства* вкупе с *верой в Бога*. Последняя тем самым рассматривается как один из магических ритуалов, способствующих достижению желаемого результата: успеха в жизни. Между тем исключительно важные для достижения успеха в нашем обществе инструментальные ценности *образованность, ответственность и трудолюбие* усвоены первокурсниками, как правило, только на вербальном уровне, слабо влияя на их реальное поведение.

Студенты, поступившие на 1-й курс СФУ в 2007 году, стали первым набором в недавно созданный Сибирский федеральный университет. Исследование показало, что различные ценностные ориентации и представления этих юношей и девушек в целом вполне соответствуют взглядам студентов из других регионов страны. Проблемы и трудности, с которыми они сталкиваются при выборе будущей профессии, в процессе своей адаптации к учёбе в вузе, не являются уникальными. Существуют десятилетиями отработанные механизмы их разрешения или, по крайней мере, смягчения. Об этом свидетельствует многолетний опыт работы ведущих отечественных и зарубежных вузов, многие элементы которого могут быть успешно заимствованы и адаптированы к нашим условиям. Вместе с тем СФУ создаётся и развивается как уникальное учебное заведение, учёт специфики которого зачастую требует принятия креативных и неординарных управ-

ленческих решений в сфере организации не только учебного процесса, но и всей системы работы со студенческой молодёжью.

В заключение необходимо отметить, что с момента проведения данных исследований университет исключительно активно развивался, превратившись в один из ведущих федеральных вузов. Так, Сибирский федеральный университет в 2011 г. вошел в ТОП-500 лучших университетов Европы. Данные рейтинга опубликованы на сайте исследовательской организации Webometrics ([www.webometrics.info](http://www.webometrics.info)). По версии Webometrics, Сибирский федеральный университет занял 1309-е место в мировом рейтинге университетов, поднявшись сразу на 2046 позиций по сравнению с июлем 2010 года (3455). При этом в рейтинге российских вузов СФУ оказался на 15-м месте из 476. Отметим, рейтинг Webometrics позволяет оценить научно-исследовательские достижения университетов через сравнение их интернет-сайтов.<sup>1</sup> Таким образом, интенсивное инновационное развитие вуза, успешное решение существовавших ранее проблем создаёт для него возможность служить своего рода эталоном для преодоления аналогичных проблем в других сибирских и российских университетах.

---

<sup>1</sup> СФУ вошел в ТОП-500 [Электронный ресурс] // Сайт Сибирского федерального университета. – Режим доступа: <http://news.sfu-kras.ru/node/7337>

Научное издание

Немировская Анна Валентиновна

**Социокультурный портрет студентов Красноярского края.  
Эмпирические аспекты  
(по материалам социологических исследований 2008–2010 гг.)**

Редактор Н.Г. Круглова  
Корректор В.Р. Наумова

Компьютерная верстка И.В. Гревцовой

Подписано в печать 24.05.2012. Печать плоская  
Формат 60x84/16. Бумага офсетная  
Усл.-печ. л. 8,25. Тираж 50. Заказ № 5679

Редакционно-издательский отдел  
Библиотечно-издательского комплекса  
Сибирского федерального университета  
660041, г. Красноярск, пр. Свободный, 79  
Тел/факс (391) 206-21-41, e-mail: rio@sfu-kras.ru

Отпечатано полиграфическим центром  
Библиотечно-издательского комплекса  
Сибирского федерального университета  
660041, г. Красноярск, пр. Свободный, 82а  
Тел/факс (391) 206-26-58, 206-26-49  
E-mail: print\_sfu@mail.ru; <http://lib.sfu-kras.ru>