

С. Н. Курилов, М. Ю. Кузьминов

ВЫБОР АБИТУРИЕНТАМИ ВУЗА: ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ МОТИВОВ И ФАКТОРОВ (НА ПРИМЕРЕ НИУ МЭИ)

*Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ, Международный проект № 17-23-01-007/17-ОГОН:
«Молодежь в постсоветском пространстве: картина мира, ценностные установки, стратегии самореализации»*

DOI: 10.19181/snsp.2017.5.3.5357

Курилов Сергей Николаевич – кандидат философских наук,
доцент, НИУ МГТУ им. Н. Э. Баумана.

105005, Россия, Москва, ул. 2-я Бауманская, д. 5, стр. 1;

НИУ «Московский энергетический институт».

111250, Россия, Москва, ул. Красноказарменная, д. 14.

E-mail: kurilov85@mail.ru

Кузьминов Михаил Юрьевич – кандидат философских наук,
доцент, НИУ «Московский энергетический институт».

111250, Россия, Москва, ул. Красноказарменная, д. 14

E-mail: soclab04@list.ru

Аннотация. В статье анализируется мотивация абитуриентов при выборе вуза, ценностных, целевых установок абитуриентов. Обосновывается актуальность проблемы мотивации как ключевой в образовательной политике вуза. Доказывается идея о том, что наиболее актуальной проблемой для вузов является проблема целеполагания своей деятельности в современном обществе и государстве. Рассматривается динамика прикладных исследований мотивов выбора в НИУ МЭИ с целью ранжирования значимости мотивов и факторов выбора абитуриентами вуза. Показана взаимосвязь между мотивацией абитуриентов и качеством образования, предлагаемого вузами. Обосновано, что прикладные социологические исследования по изучению мотивов и ценностных ориентаций эффективны только в том случае, если они становятся программой пиара и рекламы вуза, воздействующей на целевые группы потребителей образовательных услуг.

Ключевые слова: мотивация, личность, абитуриент, студент, высшее образование, факторы выбора, образовательные услуги, конкурентоспособность вуза, эффективность деятельности, стратегия развития вуза.

Получение высшего профессионального образования – важная веха в жизни каждого человека и один из основных этапов социализации личности, в рамках которого формируются мировоззрение, ценности, картина мира. Мотивация получения высшего образования – не только конкретная потребность, но и «структурная часть личности» [Белл, 1999: 7]. Профессиональное развитие личности складывается из разных факторов: социальных, экономических, психологических, физиологических.

Актуальность темы настоящей статьи состоит, прежде всего, в том, что проблема мотивации является по существу проблемой эффективности и качества получаемого образования, а также выступает как проблема социально-психологической адаптации к условиям процесса обучения у студентов. Вопрос о мотиве того или иного выбора у абитуриентов — это вопрос о социально-экономической востребованности вуза, о возможности реализации его выпускниками полученного опыта. В конечном итоге мотивация на постоянное профессиональное самообразование должна стать итогом высшего образования в вузе.

По данной проблематике написано множество работ. Среди авторов, исследовавших проблему выбора образовательных стратегий, назовём В. Н. Шубкина, Д. Л. Константиновского, Е. Д. Вознесенскую, Г. А. Чередниченко, Ф. А. Хохлушкину, В. С. Вахштайн, Д. Ю. Куракина, О. Я. Дымарскую. Авторы полагают, что сегодня высшее образование становится массовым, поэтому большинство школьников ориентировано на его получение, но мотивы сформированы в разной степени и различными факторами. У абитуриентов практически никогда нет ни ясного понимания будущей профессии, ни, тем более, опыта и в какой-то степени эта проблема вряд ли разрешима. Но вуз, имеющий традиции, историю, богатый опыт раскрывает специфику профессиональной деятельности во время вступительной кампании. Для этого необходим постоянный социологический мониторинг ценностных, целевых установок абитуриентов.

Важнейшим мотивом профессионального формирования молодёжи служит развитие профориентации, которая может быть определена как «система общественного и педагогического воздействия на молодёжь в целях её подготовки к сознательному выбору профессии» [Голомшток, 1987: 21]. Можно привести и такое определение, сформулированное одним из исследователей современных социальных проблем высшего образования Г. В. Резапкиной: «Профориентация — это система мероприятий, направленных на выявление личностных особенностей, интересов и способностей у каждого человека для оказания ему помощи в разумном выборе профессий, наиболее соответствующих его индивидуальным возможностям» [Резапкина, 2005: 14]. В системе профориентации необходимо использовать комплексные подходы, осуществляемые государством, общественными организациями, школой, вузом. Профориентация, профотбор должны стать научно обоснованной системой методов, средств, приёмов воздействия на обучающихся и трудоустраивающихся лиц, способствующей «их своевременному привлечению в различные области народного хозяйства, рациональной расстановке, эффективному использованию и закреплению по месту работы на основе объективной оценки и учёта склонностей, способностей и индивидуальных качеств каждого человека» [Назимов, 1972: 4].

Объективный, осознанный выбор будущей профессии, дальнейшее качественное обучение — те характеристики, которые одновременно относятся к проблеме мотивов и факторов выбора вуза и к проблеме получения аккредитацион-

ных показателей учебного заведения. Сегодня все вузы обеспокоены качеством образования и востребованностью своих выпускников на рынке труда по причине того, что эти показатели – критерии востребованности самого высшего учебного заведения.

В современном обществе существует противоречие между потребностями рынка труда и субъективными, порой ошибочными, профессиональными устремлениями молодежи. Важнейшим социально-экономическим показателем благополучия государства и человека в обществе является сбалансированная структура кадров, рациональное распределение трудовых ресурсов, что обусловлено в первую очередь эффективным функционированием вузов в социально-государственной структуре.

В связи с этим руководству вузов очень важны налаженные коммуникации с потенциальными студентами; необходимо понимать, как абитуриенты совершают выбор вуза и специальности, какие специальности популярны, какие критерии принимаются во внимание при выборе вуза, кто принимает решение о выборе вуза и специальности. Другими словами, каждый вуз, представляя достаточно обширный перечень образовательных услуг, старается привлечь наибольшее количество потребителей. В свою очередь абитуриенты и их родители, выбирая вуз, решают для себя, насколько качественно эти услуги оказываются вузом.

Сегодня вуз должен работать на будущее и не просто вырабатывать стратегию и тактику своего развития, но и озаботиться проблемой собственного позиционирования в условиях изменяющегося общества, государства. «Система образования является базисным социальным институтом, определяющим уровень научно-технического, экономического и культурного прогресса общества. Чтобы стимулировать этот прогресс, данный институт должен не только соответствовать потребностям времени, но и обладать способностью к опережающему развитию» [Кузьминов, 2014: 106–110]. Социальная среда меняется настолько радикально, что вузы вынуждены постоянно разрабатывать новые идеи, создавать новые системы и управленческие структуры, отвечающие современным требованиям образовательных услуг и рынка труда.

По сей день в высшем образовании нередко сохраняется стереотип, что вуз должен дать статичное образование и одну профессию, но такой взгляд уже не соответствует реальному положению дел. Современная постиндустриальная экономика предъявляет высокие требования к компетенциям работников, к повышению и накоплению образовательных ресурсов, что нашло отражение в развитии системы непрерывного образования (lifelong education). А потому университет, институт с первых шагов должны сформировать у студентов способность к перманентному обучению, освоению смежных специальностей, которые обусловлены такими качествами, как мобильность, гибкость



мышления, обучаемость и другие. Деятельность вузов в современном обществе подразумевает вопрос о «принципиально новых формах и форматах ведения инновационной деятельности..., когда остро ощущается и нехватка знаний, и достаточного уровня компетентности именно в отношении инновационных технологий, разработки инновационных продуктов» [Гуськова и др., 2011: 6–11].

На современном этапе развития и реформирования высшего образования в России обозначается необходимость обновления его базовых приоритетов в соответствии с мировыми тенденциями. Образование – та сфера социального бытия, от которой зависит уровень культуры, потенциал общества и государства. Высшее образование формирует человеческий капитал, владеющий опытом, знаниями, навыками, формирует людей, умеющих новаторски работать, креативно мыслить. Российские вузы предлагают абитуриентам огромный спектр направлений, большой выбор образовательных услуг – как бюджетных, так и платных. В связи с этим на рынке образовательных услуг складываются условия довольно жёсткой конкуренции, поэтому данные исследования помогут руководству вузов более целостно увидеть картину выбора абитуриентов, занять адекватную позицию в «битве за абитуриента».

Предлагаемое исследование мотивации студентов при выборе вуза носило мониторинговый характер и проводилось в НИУ МЭИ в 2012 г. (опрос первокурсников, 919 чел.), в 2013 г. (опрос абитуриентов, 1181 чел.), в 2015 г. (опрос первокурсников, 882 чел.) и в 2016 г. (опрос абитуриентов, 1055 чел.). За исключением 2016 г., опрос проводился по незначительно измененной анкете. Изменения коснулись вариантов мотивации, которые не получили значительного распространения и были заменены доминирующими ответами из открытых вариантов вопросов. Хотя опрос касался выбора абитуриентами и первокурсниками Национального исследовательского университета «Московский энергетический институт», мотивации вполне экстраполируемы и на другие вузы-конкуренты.

Первые четыре позиции в рейтинге мотивов более значимые и, как правило, статистически более устойчивы.

Среди факторов выбора вуза на **первое** место выходит профиль вуза, который в опросе первокурсников 2012 г. звучал как «*Привлекает энергетика и всё, что с ней связано*». Очевидно, профиль вуза, по мнению абитуриентов, включает не только энергетику, так как НИУ МЭИ, по сути, политехнический университет. Поэтому в последующих опросах введена более обтекаемая формулировка «*Привлекает профиль данного вуза*». Значимость данного мотива колебалась от 52 до 72% всех опрошенных.

Ошибочно было бы полагать, что данный мотив ориентирован на будущую профессию, так как «профиль данного вуза» определяется абитуриентами на основе предпочтения тех или иных школьных дисциплин. Однако связь школьных дисциплин с будущей профессиональной деятельностью весьма отдалённа, ещё значительней их разрыв с будущим рабочим местом выпускника. По данным проведённого исследования, примерно 60–80% выпускников работают

не по полученной в вузе специальности, а половина из них заняты менеджментом, оргдеятельностью, маркетингом, которые являются скорее гуманитарной сферой, чем технической.

Второе по значимости место среди мотивов занимает «*Влияние друзей, знакомых, родителей и родственников*». Значимость данного мотива колебалась в пределах 39–45% респондентов.

Фактор престижа вуза у абитуриентов оказался менее значим, и занимал, по нашим опросам, **третье** место. Как выяснилось в ходе опросов, престиж вуза для студента — это не только качество учебного процесса и уровень подготовки выпускников, а также:

- *интересная студенческая жизнь;*
- *состояние студенческого кампуса, комфортные условия в университете;*
- *карьерные возможности и международные программы.*

С учётом этих поправок *престижность вуза* в глазах абитуриента может колебаться от 27 до 37% ответов респондентов. Причём наблюдается снижение значимости престижа вуза в глазах студента от 1-го к 4-му курсу в 2 раза — с 52 до 25% от числа опрошенных. Как следует из ранее проведённых исследований, «школьный» взгляд абитуриента более оптимистичен, чем студенческий взгляд. А вот взгляд студента от 1-го курса к 3-му меняется существенно, так как ломается «розовый стереотип» будущей профессиональной деятельности и формируется более критичное, но и более реалистичное видение своей профессии. Можно констатировать, что профессиональное самоопределение студента продолжается в течение всего обучения и не заканчивается даже при занятии определённого рабочего места, которое, как мы ранее отмечали, зачастую не совпадает с полученным в вузе профилем.

Возможности получения престижной и хорошо оплачиваемой должности с перспективой карьерного роста после обучения отмечали примерно 25% опрошенных, что было тесно связано с престижем вуза. Однако данный фактор приобретает во многом мифический характер. Он опирается на рассказы родителей и знакомых об успешных карьерах, которые, возможно, имели место. Нередко эти «легенды» об удачных карьерах известных людей успешно поддерживаются и развиваются самими университетами. Однако подобные рассказы, разумеется, не учитывают реальное соотношение удачных и неудачных карьер после окончания вуза, но, тем не менее, оказывают существенное влияние на сознание абитуриента и студента.

Приятно отметить, что среди опрошенных не получили широкого распространения такие прагматичные факторы, как:

- *легче учиться, чем в аналогичных вузах;*

- не поступил / поступила в вуз, куда первоначально стремился / стреми-лась в прошлом году;
- поступаю с друзьями «за компанию».

Вместе с тем нынешнее поколение студентов достаточно прагматично и не отвергает фактор материальной заинтересованности в результате профессиональной деятельности.

Данные прикладных исследований подвержены колебаниям и определённой динамике, требуют постоянного мониторинга. Однако такие наиболее значимые факторы, как престиж, влияние родственников, друзей и знакомых, возможность успешной карьеры и профиль вуза, остаются в первой четвёрке рейтинга мотивов. Это подтверждает определённую устойчивость данных ценностных ориентиров в выборе вуза.

Таблица 1

Распределение ответов первокурсников на вопрос:
«Почему Вы решили поступать учиться в МЭИ,
что сыграло решающую роль в Вашем выборе?»
2012, 2015 гг., (не более 3-х вариантов ответа), %

Мотивы выбора	2012	2015
Наиболее значимые мотивы		
1. Престижно учиться в хорошем техническом вузе	23,6	67,0
2. Посоветовал кто-то из близких друзей или знакомых	37,4	51,0
3. Привлекает энергетика и всё, что с ней связано	31,8	47,9
4. Знаю примеры того, как люди после учёбы в этом вузе сделали очень хорошую карьеру	29,7	43,9
Мотивы средней и низкой значимости		
1. Близость вуза к дому, удобно добираться	19,4	29,3
2. Мои родители (другие родственники) учились здесь же	19,2	19,7
3. Легко было поступить (невысокий конкурс)	9,0	17,9
4. Не поступил(-а) в другой вуз	3,9	13,1
5. Просто хочу получить диплом	6,0	4,8
6. Другое (что именно)	0,4	5,4

Среди факторов, которые нельзя не учитывать, хотя они отнесены к средне-значимым мотивам, является фактор «близости вуза к дому» (29% опрошенных первокурсников). Конечно, данный фактор можно отнести к случайным, но не использовать его в привлечении студентов в вуз было бы неразумным.

Нельзя сбрасывать со счетов и династический фактор («Мои родители (другие родственники) учились здесь же»), который составляет 20% ответов первокурсников. Авторы полагают, что необходимо шире использовать этот аргумент в рекламной кампании вуза. Однако этому нередко мешает ложное, ханжеское представление о семейственности, которое часто осуждается общественным мнением.

Здесь есть, разумеется, тонкая грань между династией и семейственностью как ложной династией. Однако стремление всячески уйти от семейственности мешает формированию подлинных династий в любой профессиональной сфере.

Источники информации о вузе можно считать каналами и инструментами влияния на мотивацию поступающих. К сожалению, выбор каналов не так велик, как хотелось бы (см. таблицу 2). Преобладает влияние родителей, знакомых, родственников и друзей и, как продолжение этого «живого телеграфа», – Интернета и социальных сетей. Причём влияние последних именно в технических вузах особенно заметно, что связано в первую очередь с тем, что абитуриенты инженерных специальностей лучше разбираются в современных цифровых технологиях и быстро ориентируются в медиа-пространстве.

Таблица 2

**Распределение ответов первокурсников на вопрос:
«Откуда, из каких источников Вы впервые узнали о МЭИ?», 2012, 2015 гг., %***

Источники информации	2012	2015
Наиболее значимые источники		
1. Родители, родственники	39,8	30,7
2. Друзья, соседи, знакомые	35,9	31,7
3. Интернет-поисковики, социальные сети	27,1	28,1
Малозначимые источники		
4. «День открытых дверей»	14,0	12,1
5. Справочники вузов	11,7	7,6
6. Олимпиада «Надежда энергетики»	–	6,7
7. Встреча с представителем вуза в школе или лицее №1502	4,7	4,3
8. СМИ (рекламные ролики, выступления ученых на ТВ, передачи о вузе по радио)	2,4	2,5
9. Выставки	1,2	1,7
10. Радио	–	0,6
11. Уличная реклама, реклама на транспорте, в метро	1,0	0,7
12. Другие источники (укажите, пожалуйста)	0,7	3,5

*По данному вопросу респондент мог дать несколько ответов, поэтому сумма ответов по отношению к количеству респондентов может превышать 100%.

Среди множества факторов, оказывающих влияние на выбор вуза абитуриентами, на первый план выходит конкурентоспособность выпускника конкретного вуза на рынке труда. Что же позволяет ему быть востребованным?

Во-первых, социально-экономическая значимость данной профессии в обществе, профессиональное будущее: гарантии занятости, стабильности, высокооплачиваемой работы; условия работы; престижность.

Во-вторых, организация образовательного пространства внутри вуза: организация учебного и внеучебного процесса, уровень квалификации профессорско-преподавательского состава.

В-третьих, личностная направленность студента, его заинтересованность в получении знаний, умений и навыков в рамках выбранной специализации.

На рынке образовательных услуг востребованы в первую очередь те вузы, которые обладают научно-технической базой, отвечающей запросам времени, у которых накоплен богатый опыт работы со студентами, которые имеют собственные традиции и «индивидуальный облик». Важна творческая среда как в коллективе преподавателей, так и в сообществе студентов, которая «носит комплексный характер и требует системного воздействия на процесс, включающий формирование как факторов профессиональной среды, так и креативной среды вне профессиональной подготовки: досуг, городская среда, условия творческого общения в самых различных сферах» [Горшков, Шереги, 2010: 11].

Выбор вуза – задача со многими неизвестными, и от её успешного решения зависит будущее молодых людей, как и собственно учебных заведений. Каждый стремящийся к успеху человек понимает, что высшее образование – это начало карьеры, поэтому спрос на него достаточно велик. В данной ситуации конкурентоспособными становятся те вузы, которые обладают масштабным интеллектуальным потенциалом, позволяющим давать выпускникам уникальные компетенции, помогающие получать образование в течение всей жизни, тем самым наращивать собственные активы. В этом отношении интересен опыт Московского энергетического института, который уникален тем, что, объединяя в себе различные направления подготовки (радиотехника, электроника, машиностроение и др.), является отраслевым вузом и обеспечивает сферу отечественной энергетики специалистами различного профиля.

Прикладные социологические исследования по изучению мотивов и ценностных ориентаций эффективны только в том случае, если они являются не только информацией к размышлению, но и программой пиара и рекламы вуза, воздействующей на целевые группы потребителей образовательных услуг. Программа пиара вуза – необходимый элемент, без которого сегодня невозможна реализация образовательной политики, поскольку у каждого вуза имеется определённая целевая аудитория, на которую он работает: старшие школьники и абитуриенты, их родители. Пиар университета по отношению к будущим студентам заключается в популяризации образовательного учреждения, размещении анонсов о жизни вуза, трудоустройстве выпускников после его окончания. Качественный и эффективный пиар вуза возможен только в том случае, если за основу берутся объективные данные социологических исследований. Проведённые исследования дают наиболее целостную картину проблемных «мест» деятельности вуза, тех направлений, которые необходимо развивать и совершенствовать.

Список литературы

- Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Пер. с англ.; под ред. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. 783 с.
Голомиток А. Е. Карта интересов. М.: Генезис, 1987. 95 с.

Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодёжь России: социологический портрет. М.: ЦСПиМ, 2010. 592 с.

Гуськова Н. Д., Неретина Е. А., Маколов В. И. Анализ конкурентных позиций национального исследовательского университета // Университетское управление: практика и анализ. 2011. № 1. С. 6–11.

Константиновский Д. Л., Вознесенская Е. Д., Чередниченко Г. А. Молодёжь России на рубеже XX–XXI веков: образование, труд, социальное самочувствие. М.: ЦСПиМ, 2014. 548 с.

Константиновский Д. Л., Вознесенская Е. Д., Чередниченко Г. А., Хохлушкина Ф. А. Образование и жизненные траектории молодёжи: 1998–2008 годы. М.: ЦСПиМ, 2011. 296 с.

Константиновский Д. Л. Неравенство и образование. Опыт социологических исследований жизненного старта российской молодёжи (1960-е годы – начало 2000-х). М.: ЦСП. 2008. 552 с.

Константиновский Д. Л., Вахштайн В. С., Куракин Д. Ю. Реальность образования. Социологическое исследование: от метафоры к интерпретации. М.: ЦСП и М. 2013. 224 с.

Константиновский Д. Л., Вознесенская Е. Д., Дымарская О. Я., Чередниченко Г. А. Социально-гуманитарное образование: ориентации, практики, ресурсы совершенствования. М.: ЦСП. 2006. 264 с.

Константиновский Д. Л., Вознесенская Е. Д., Чередниченко Г. А. Российский студент сегодня: учёба плюс работа. М.: ЦСП. 2002. 128 с.

Кузьминов М. Ю. Проблемы творчества и факторы его формирования в вузовской среде // Вестник НИУ МЭИ. 2014. № 3. С. 106–110.

Назимов И. Н. Профорентация и профотбор в социалистическом обществе. М.: Экономика, 1972. 256 с.

Новые смыслы в образовательных стратегиях молодёжи: 50 лет исследования [монография] / [Д. Л. Константиновский и др.]. М.: ЦСПиМ, 2015. 232 с.

Резаккина Г. В. Психология и выбор профессии: программа предпрофильной подготовки. М.: Генезис, 2005. 208 с.

Дата поступления в редакцию: 15.04.2017.

DOI: 10.19181/snsp.2017.5.3.5357

How Students Choose a Higher Education Institution: Choice Factors Analysis (Example: Moscow Power Engineering Institute)

This article was prepared with the support of RFBR, international project No. 17-23-01-007/17-FIRE: "Youth in post-soviet space: world view, value orientations, strategies of self-realization"

Kurilov Sergey Nikolaevich

Candidate of Philosophy, Associate Professor, National Research University-MGTU im. N. E. Bauman. 2 Baumansky str., 5, str. 1, 105005, Moscow, Russia; National Research University «Moscow Power Engineering Institute». Krasnokazarmennaya str., 14, 111250, Moscow, Russia. E-mail: kurilov85@mail.ru



Kuzmin Mikhail Yuryevich

Candidate of Philosophy, Associate Professor, National Research University «Moscow Power Engineering Institute». Krasnokazarmennaya str., 14, 111250, Moscow, Russia.
E-mail: kurilov85@mail.ru

Abstract. This article analyzes how and why students choose a higher education institution, what are their values and goals. The problem of motivation is justified as a key point in the education policy of a higher education institution. According to the article, the most critical problem of higher education institutions is determining their goals in the context of modern society and governmental situation. The article analyzes the dynamics of choice factors applied studies based on the data from Moscow Power Engineering Institute and rates these choice factors according to the role they play in the selection of a higher education institution by students. The article shows the correlation between the students' choice factors and the quality of education offered by the institution. It is justified that applied sociological research of choice factors and value-based goals will be efficient only if the institution will apply the results to its PR and advertising strategy targeting the consumers of education services.

Keywords: motivation, personality, applicant, student, higher education, selection factors, educational services, University competitiveness, efficiency, development strategy of the University.

REFERENCES

Bell D. *Gryadushchee postindustrial'noe obshchestvo: opyt sotsial'nogo prognozirovaniya*. [Future post-industrial society: experience of social forecasting]. Per. s angl.; Ed. by L. Inozemtsev. Moscow: Academia publ., 1999. 783 p. (In Russ.).

Golomshtok A. E. *Karta interesov*. [Map of interests]. Moscow: Genezis publ., 1987. 95 p. (In Russ.).

Gorshkov M. K., Sheregi F. E. *Molodezh' Rossii: sotsiologicheskii portret*. [The youth of Russia: sociological portrait]. Moscow: TsSPiM publ., 2010. 592 p. (In Russ.).

Gus'kova N. D., Neretina E. A., Makolov V. I. *Analiz konkurentnykh pozitsiy natsional'nogo issledovatel'skogo universiteta*. [Analysis of the competitive position of national research University]. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*. 2011. № 1. P. 6–11 (In Russ.).

Konstantinovskiy D. L., Voznesenskaya E. D., Cherednichenko G. A. *Molodezh' Rossii na rubezhe XX–XXI vekov: obrazovanie, trud, sotsial'noe samochuvstvie* [The youth of Russia at the turn of XX–XXI century: education, work, social well-being]. Moscow: TsSP i M publ., 2014. 548 p. (In Russ.).

Konstantinovskiy D. L., Voznesenskaya E. D., Cherednichenko G. A., Khokhlushkina F. A. *Obrazovanie i zhiznennye traektorii molodezhi: 1998–2008 gody*. [Education and life trajectories of young people: 1998–2008]. Moscow: TsSPiM publ., 2011. 296 p. (In Russ.).

Konstantinovskiy D. L. *Neravenstvo i obrazovanie. Opyt sotsiologicheskikh issledovaniy zhiznennogo starta rossiyskoy molodezhi (1960-e gody – nachalo 2000-kh)*. [Inequality and education. Experience of sociological researches of vital start of the Russian youth (1960-ies – early 2000s)]. Moscow: TsSP publ., 2008. 552 p. (In Russ.).

Konstantinovskiy D. L., Vakhshayn V. S., Kurakin D. Yu. *Real'nost' obrazovaniya. Sotsiologicheskoe issledovanie: ot metafory k interpretatsii*. [The reality of education. Case study: from metaphor to interpretation]. Moscow: TsSP i M publ., 2013. 224 p. (In Russ.).

Konstantinovskiy D. L., Voznesenskaya E. D., Dymarskaya O. Ya., Cherednichenko G. A. *Sotsial'no-gumanitarnoe obrazovanie: orientatsii, praktiki, resursy sovershenstvovaniya*. [Socio-humanitarian education: orientation, practice, resources for improving]. Moscow: TsSP publ., 2006. 264 p. (In Russ.).

Konstantinovskiy D. L., Voznesenskaya E. D., Cherednichenko G. A. *Rossiyskiy student segodnya: ucheba plus rabota*. [The Russian student today: study plus work]. Moscow: TsSP publ., 2002. 128 p. (In Russ.).

Kuz'minov M. Yu. Problemy tvorchestva i faktory ego formirovaniya v vuzovskoy srede. [Creativity and factors of its formation in the College environment]. *Vestnik NIU MEI*. 2014. № 3. P. 106–110 (In Russ.).

Nazimov I. N. *Proforientatsiya i profotbor v sotsialisticheskom obshchestve*. [Career guidance and professional selection in a socialist society]. Moscow: 1972. 256 p. (In Russ.).

Novye smysly v obrazovatel'nykh strategiyakh molodezhi: 50 let issledovaniya. [New meanings in the educational strategies of young people: 50 years of research]. [D. L. Konstantinovskiy i dr.]. Moscow: TsSP i M publ., 2015. 232 p. (In Russ.).

Rezapkina G. V. *Psikhologiya i vybor professii: programma predprofil'noy podgotovki*. [Psychology and career choice: a programme of pre training]. Moscow: Genezis publ., 2005. 208 p. (In Russ.).

Date received by 15.04.2017.

