

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра социальной информатики

## **СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ АБИТУРИЕНТА СГУ**

(автореферат бакалаврской работы)

студента 4 курса 451 группы  
направления 09.03.03 - Прикладная информатика  
профиль Прикладная информатика в социологии  
Социологического факультета  
Свиридова Кирилла Андреевича

Научный руководитель  
доктор социологических наук, профессор

\_\_\_\_\_ В.Л. Шабанов  
подпись, дата

Зав. кафедрой  
кандидат социологических наук, доцент

\_\_\_\_\_ И.Г. Малинский  
подпись, дата

Саратов 2023

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность проблемы.** Молодежь, заканчивающая среднюю школу или среднее специальное учебное заведение, часто выбирает в качестве своей дальнейшей социализации получением высшего образования. Молодые люди определяются с выбором специальности и вуза и становятся абитуриентами. Их выбор обусловлен многими факторами – способностями к определенным наукам и предпочтениями, стремлением получить специальность, востребованную на рынке труда, престижностью и авторитетом конкретного вуза, набранными баллами ЕГЭ и др. По итогам множества индивидуальных решений всё сообщество абитуриентов, превышающее в России 1 млн. человек<sup>1</sup>, распределяется по вузам и специальностям и формируют значительные по объему структурированные базы данных, анализ которых представляет как широкий научный интерес, так и практическую пользу для учебного заведения. Полученные в ходе анализа материалы, особенно связанные с социальным образом, социальным портретом абитуриента, позволяют повысить эффективность приемной кампании вуза и улучшить процесс обучения в нем путем предоставления образовательных услуг, наиболее подходящих конкретным социальным группам потребителей.

Актуальными задачами исследований образовательных услуг являются выявление перспективных образовательных потребностей, оценка степени их соответствия спросу на специалистов на рынке труда, прогнозирование поведения потребителей на рынке образовательных услуг.<sup>2</sup> С этой точки зрения представляется важным акцентировать внимание на прикладном аспекте такого рода исследований.

**Степень научной разработанности проблемы.** По мнению исследователей, абитуриенты – это молодые люди, которые имеют потенциал для последующего личностного развития в роли студентов и отражают

---

<sup>1</sup> Российский статистический ежегодник. 2022 / Росстат. – М., 2023. С. 205.

<sup>2</sup> Маркетинг образовательных услуг: функции, технологии и опыт: учебное пособие / А.Л. Коблева, Т.Ф. Маслова. – Ставрополь: Ставролит, 2019

важнейший умственный потенциал современного общества, формируя особую социальную группу<sup>3</sup>. Это время вхождения во взрослую жизнь, когда абитуриент должен проявить самостоятельность, гражданскую и правовую ответственность. Многие исследователи отмечают, что именно для этого периода жизни молодых людей характерна максимальная тяга к самореализации и личностной пассионарности.<sup>4</sup> Исключительную важность приобретает выбор молодыми людьми вуза и специальности их обучения<sup>5</sup>.

Если в недавнем прошлом молодые люди поступали в ВУЗы для получения профессии, о которой мечтали и выбирали на всю жизнь, то современные абитуриенты часто рассматривают студенческий период как переходный или промежуточный этап на пути к дальнейшей трудовой деятельности.<sup>6</sup> Данные изменения отражают значительные сдвиги в социальной мотивации и, шире, в образе жизни современной молодежи; эта проблематика отрефлексирована в ряде работ российских и зарубежных социологов.<sup>7</sup>

Следует отметить, что большинство современных социологических исследований в рассматриваемой сфере инициированы мотивационными потребностями абитуриентов и состоянием институтов образования; при этом редко принимается во внимание фактор рыночных отношений в сфере образовательных услуг и не рассматриваются привычные для свободного рынка модели успешности образовательного учреждения.

### **Объект исследования – абитуриенты СГУ.**

---

<sup>3</sup> Шкель А.В. Социальная группа современных абитуриентов и проблема личностной идентичности // Вестник ЗабГУ. 2013. №10.

<sup>4</sup> Кожевникова О.В., Шрейбер Т.В. Несформированная профессиональная идентичность абитуриента как предиктор «Кризиса второкурсника» // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2017. №3.

<sup>5</sup> Кобзева Н.И. Возрастной и социально-психологический портрет современного студента образовательного процесса вуза // Russian Journal of Education and Psychology. 2011. №4

<sup>6</sup> Ариас А.-М., Карпова Е.А., Кукулите Т.Г. Динамика профессиональной идентичности студентов вуза (психологический анализ) // Знание. Понимание. Умение. 2016. №3

<sup>7</sup> Тугускина Г.Н., Рожкова Л.В., Кошарная Г.Б. Высшее образование во взглядах молодежи: от обучения к работе // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2022. №1 (61).

**Предмет исследования** – социальные и демографические характеристики абитуриента СГУ, составляющие его социальный портрет.

**Эмпирическая база исследования** представляет собой полный набор статистических данных по характеристикам абитуриентов СГУ, учитываемым при поступлении, таким как пол, возраст, набранные баллы ЕГЭ и др., за 2015-2022 гг. объемом по 21,5-37,8 тысяч записей ежегодно.

**Цель исследования** – формализованное описание социального портрета абитуриента СГУ.

**Задачи:**

1) Обобщить современные концепции социального портрета и на их основе разработать методологический подход к исследованию социального портрета абитуриента СГУ.

2) Разработать методику исследования социального портрета абитуриента СГУ, включающую подготовку баз данных и программы их обработки на языке Python.

3) Выявить социальные, демографические, географические характеристики абитуриентов СГУ.

4) Оценить возможности практического применения результатов исследования социального портрета абитуриентов СГУ.

**Структура бакалаврской работы:** работа состоит из введения, двух глав, четырех параграфов, заключения, списка использованных источников и приложений.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

В первой главе «Концепции, методы и методика исследований социального портрета» рассматривается понятие «социального портрета», особенности социального портрета студента, описывается методика и алгоритмы проведенного анализа с использованием программных средств, а также содержится список основных гипотез исследования

Понятие молодежи определяется через возрастные, физиологические и социально-психологические качества, но в настоящее время доминирующей становится точка зрения, что возможности определения молодежи на основе данных качеств исчерпаны. Вместо этого акцент стоит перенести на конкретные группы внутри молодежи на основе социальных факторов. Социальный портрет студента университета – это совокупность социальных, психологических, экономических, политических и культурных установок и ценностей, которыми руководствуются студенты в своей учебной и повседневной деятельности. Также социальный портрет может использоваться для изучения социальных тенденций и прогнозирования поведения целевой аудитории, а в данном исследовании анализируется социальный портрет абитуриента СГУ, понимаемый в широком смысле – как совокупность «традиционных» характеристик (возраста, пола, места жительства), а также характеристик, специфических для абитуриентов (набранных баллов ЕГЭ и специальностей, выбранных для поступления).

Концепция «социального портрета», вошедшая в социологию в 1970-х годах, раскрывает как общие, так и характерные черты каких-либо социальных групп. Социальный портрет – это описание характеристик, поведения и образа жизни группы людей, которые делят общие социальные, экономические, культурные и демографические черты. Социальный портрет может включать в себя такие аспекты, как возраст, пол, образование, доходы, занятость, место жительства, религиозные и культурные убеждения, увлечения и интересы. Он может использоваться для изучения социальных тенденций, прогнозирования потребностей и поведения целевой аудитории в различных областях, таких как маркетинг, социология, политика и исследования общественного мнения.

Изучение и построение социального портрета являются важными задачами для понимания и анализа социальной действительности. Они позволяют получить более точное представление о социальных группах и сообществах, а также прогнозировать тенденции и изменения в обществе.

Создание социального портрета помогает выявить особенности поведения, ценностные ориентации, образовательный и культурный уровень,

экономические и социальные проблемы, которые сталкиваются различные социальные группы. Это позволяет разработать более эффективные стратегии и программы социальной поддержки и помощи.

Изучение социального портрета также является необходимым для оценки социально-экономических изменений и трендов в обществе. Анализ социальных данных помогает исследователям, правительственным службам, бизнес-структурам и общественным организациям понимать, какие изменения происходят в обществе и как они могут повлиять на людей.

Социальный портрет современного студента университета – это совокупность социальных, психологических, экономических, политических и культурных установок и ценностей, которыми руководствуются студенты в своей учебной и повседневной деятельности.

Профессиональное самоопределение детерминируется системой ценностных ориентаций в отношении к профессиям, в чем обнаруживается проявление интересов, склонностей, потребностей, убеждений, идеалов личности. Ценностные ориентации – это важные элементы структуры самоопределения, которые характеризуют содержательную сторону его направленности и детерминирует многие личностные параметры.

Актуальность использования социального портрета в наше время связана с необходимостью понимания потребностей и интересов разнообразных групп населения, чтобы адаптировать свои продукты, услуги и решения к их запросам. Кроме того, социальный портрет может быть полезен для государственных учреждений, в том числе и образовательных, которые могут использовать эту информацию, чтобы адаптировать свои услуги и программы для определенных групп населения.

Социальный портрет стал существенным элементом маркетинговой деятельности уже во второй половине 20-го века, когда исследователи начали активнее изучать потребительское поведение. Они использовали социологические методы и статистические модели для того, чтобы выяснить, какие факторы влияют на выбор продуктов и услуг. Это привело к разработке

специальных методов исследования рынка, таких как опросы и фокус-группы, которые и по сей день используются для изучения социального портрета потенциальных клиентов.

В современном мире социальный портрет используется в широком спектре областей, от социологии до маркетинга и политики. Новые технологии и методы исследования позволяют получать более точные данные о социальном портрете людей и групп, что помогает лучше понимать их потребности и желания.

Исследование социального портрета студентов проводится в целях определения особенностей их жизни и образования, с целью разработки эффективных стратегий поддержки и формирования оптимальных условий для получения образования высшего уровня.

Таким образом, использование социального портрета позволяет лучше понимать потребности и запросы различных групп населения и адаптировать свою деятельность к ним, что способствует улучшению качества жизни людей и повышению эффективности работы различных организаций.

Для исследования были сформированы 7 реляционных баз данных, включающих сведения социально-демографического характера обо всех абитуриентах, подававших документы для поступления в СГУ в 2015-2021 гг. Материалы были предоставлены в обезличенном виде. Реляционная база данных — это совокупность структурированных данных, организованных в таблицы, которые связаны между собой определенными отношениями (реляционными связями). Такая структура позволяет эффективно хранить и управлять большими объемами данных. Каждая таблица в реляционной базе данных состоит из строк (записей), каждая из которых содержит информацию о конкретном объекте. В нашем случае таблицы содержали информацию о абитуриентах вуза – их поле, возрасте, месте проживания, предыдущем образовании и результатах вступительных испытаний, а также наличии или отсутствии льгот.

Согласно теории, социальный портрет характеризуется такими аспектами, как возраст, пол, образование, доходы, занятость, место жительства, религиозные и культурные убеждения, увлечения и интересы. На основе этого

мы выделили из имеющихся реляционных баз данных следующие признаки, для описания социального портрета абитуриента, которые позволят проверить наши гипотезы: пол, возраст, место проживания, предыдущее образование и результаты вступительных испытаний абитуриента. Эти признаки являются стабильно фиксируемыми приемной комиссией, а также по своей структуре удобны для статистического анализа. Объем выбранных данных составил более 20 тысяч записей за каждый год наблюдения.

В качестве основного инструмента анализа был выбран программный комплекс, являющийся стандартом отрасли, содержащий Python как язык разработки, библиотеки Pandas, NumPy, Matplotlib и Seaborn для непосредственно работы с табличными данными и визуализации и локальную среду разработки Jupyter Notebook.. Выбор данного инструментария обоснован прежде всего возможностью дальнейшего масштабирования полученных систем для их использования с другими данными схожей структуры или перспективой использования в других образовательных организациях.

Используя теоретические разработки социологов в сфере исследований социального портрета, с учетом имеющейся информационной базы были сформулированы следующие гипотезы:

1. За наблюдаемые 5 лет специальности, связанные с информационными технологиями, стали значительно популярнее у абитуриентов, но не стали лидирующими ввиду специфики интересов абитуриентов из малых городов и сёл;
2. Увеличился средний возраст абитуриентов и количество студентов старшей от типичной возрастной группы среди заочной и вечерней формы обучения;
3. Соотношение мужчин и женщин за наблюдаемые 6 лет изменилась в сторону выравнивания;
4. Средние баллы при поступлении по математике и естественным наукам за последние пять лет выросли, в то время как баллы по гуманитарным и общественным наукам остались относительно стабильными;



5. Разрыв во вступительных баллах между абитуриентами мужского и женского пола за последние пять лет сократился;
6. Разрыв во вступительных баллах между абитуриентами из больших городов и малых городов и сёл за последние пять лет сократился;
7. Уменьшается количество абитуриентов из населенных пунктов граничащих с другими регионами, в частности Самарской и Волгоградской областью в связи с перспективой миграции в более крупный регион;
8. Кандидатки-женщины из небольших городов с большей вероятностью будут поступать в такие области, в которых традиционно преобладают женщины, как уход за больными или образование, в то время как абитуриентки из крупных городов могут с большей вероятностью поступать в такие области, в которых традиционно преобладают мужчины, как инженерия и компьютерные науки.

**Во второй главе «Тенденции изменения и особенности абитуриентов СГУ»** описываются способы и результаты проверки гипотез исследования.

Анализируя **первую гипотезу** было установлено что наблюдается явный положительный тренд роста количества абитуриентов по ИТ-специальностям, причем, независимо от территориальной специфики абитуриента. Однако при этом доля абитуриентов, выбирающих ИТ-специальности, заметно выше среди жителей больших городов, чем малых городов и сел. Важно также отметить, что факультеты, связанные с ИТ-специальностями, не занимают лидирующие места по количеству абитуриентов, уступая юридическому, педагогическому и гуманитарным факультетам.

Проверяя **вторую гипотезу**, было установлено что тенденция увеличения среднего возраста прослеживается среди абитуриентов заочной и очной форм, для абитуриентов вечерней формы обучения характерна противоположная тенденция. Это может быть объяснено тем что выпускники школ становятся менее категоричны к высшему образованию, могут поступать не сразу после

школы, менять факультеты и направления, пробовать альтернативные формы образования, такие как колледжи или онлайн программы.

**Третья гипотеза** получила подтверждение, проведя анализ было установлено - соотношение мужчин и женщин среди абитуриентов СГУ действительно имеет выраженный тренд к уравниванию.

**Четвертая гипотеза** не нашла подтверждения, было установлено наличие единого тренда на увеличение средних баллов абитуриентов вне зависимости от категории предметов.

Проверяя **пятую гипотезу** было установлено что у абитуриентов-женщин средний балл ЕГЭ во все годы был выше, чем у абитуриентов-мужчин. Можно видеть, что за период 2015-2020 гг. не наблюдается устойчивого сокращения разницы между баллами ЕГЭ у мужчин и женщин. Отметим, что предметы, стереотипно считающиеся мужскими, – информатика, математика, физика – таковыми не являются. В целом за все годы средний балл мужчин незначительно (на 1-3 пп.) превышал средний балл женщин по математике, истории и биологии.

Анализируя **шестую гипотезу**, мы установили наличие явного тренда на сокращение разрыва между вступительными баллами абитуриентов из больших городов и малых городов и сёл, тем самым подтвердив шестую гипотезу. В то же время следует отметить, что разница между средними баллами в пользу абитуриентов из больших городов, хотя и снижается с течением времени, но продолжает сохраняться. Также можно заметить сохраняющийся значительный разрыв по таким предметам, как информатика и иностранный язык.

**Седьмая гипотеза** не получила подтверждения: было установлено, что тренд количества абитуриентов из приграничных городов следует общему тренду в Саратовской области.

По итогам проверки **восьмой гипотезы** было установлено, что абитуриенты-женщины из небольших городов более склонны выбирать традиционно «женские специальности», а абитуриентки из больших городов выбирают более конкурентные специальности с меньшей гендерной однородностью.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках данной работы были проведены комплексные исследования, направленные на разработку и анализ социального портрета абитуриентов СГУ. В работе были обобщены современные концепции социального портрета и на их основе был разработан методологический подход к исследованию социального портрета абитуриента. Была разработана методика исследования, а также была написана программа анализа данных на языке Python.

На основе обобщения теоретических подходов к исследованиям социального портрета и с учетом имеющихся данных были выделены признаки, дающие формальное описание социального портрета абитуриента СГУ. Это – пол, возраст, место проживания, предыдущее образование и результаты вступительных испытаний абитуриента.

По данным признакам были выдвинуты два вида гипотез, достаточно полно охватывающих проблематику анализа социального портрета абитуриента СГУ. Первый вид касался социально-демографических признаков, формализующих социальный портрет – возраста, пола, набранных баллов ЕГЭ, места проживания – и связей между ними. Второй вид был связан со структурой приема – направлениями обучения, предлагаемыми СГУ.

Полученные нами признаки и статистически подтвержденные зависимости представляют собой ценные данные прежде всего для развития и цифровизации приемной кампании ВУЗа. Полученный социальный портрет абитуриента может быть использован приемной комиссией для анализа запросов и потребностей студентов и оценки спроса на конкретные направления подготовки, факультеты и формы образовательных услуг. Это также может помочь в формировании стратегии набора и рекламных кампаний для повышения привлекательности определенного факультета и специальности среди целевой аудитории.

Дальнейшее изучение полученных показателей может быть полезно для разработки более эффективных стратегий в области подготовки кадров и высшего образования, таких как информационная панель или дашборд. В современном мире, где данные играют ключевую роль в принятии

стратегических решений, дашборд для университета становится необходимым инструментом. Он предназначен для визуализации информации из разных источников в едином формате, что позволяет руководителям принимать обоснованные решения на основе данных.

Таким образом, дашборд для университета и социальный портрет становятся все важнее в современном мире, где данные играют ключевую роль в принятии стратегических решений. Они помогают университетам собирать, обрабатывать и анализировать информацию, что позволяет руководству ВУЗа и преподавателям найти наилучшие решения для обучения студентов.