

УДК 316.776

КОММУНИКАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ПРИЕМНОЙ КОМИССИИ С АБИТУРИЕНТАМИ КАК ФАКТОР СНИЖЕНИЯ
ИНФОРМАЦИОННОГО БАРЬЕРА И СТРЕССОВОЙ НАГРУЗКИ

Медведева Маргарита – студентка Юридического института Сибирского
федерального университета

Научный руководитель: *Чащина Анна Александровна* - кандидат
философских наук, доцент кафедры теории и методики социальной работы
ФГАОУ ВО «Сибирский Федеральный университет»

Аннотация: В статье рассматривается взаимосвязь эффективности коммуникации Приемной комиссии с абитуриентами и уровня их стресса на примере исследования среди поступающих в Юридический институт СФУ. Определены наиболее значимые каналы коммуникации и оценено их качество по различным критериям. Выявлены основные коммуникативные барьеры и аспекты поступления, способствующие стрессу абитуриентов, а также роль качественной коммуникации в поддержании психологического благополучия.

Ключевые слова: приёмная комиссия; абитуриенты; снижение стресса; информационная доступность; коммуникативная эффективность, каналы коммуникации.

COMMUNICATIVE EFFECTIVENESS OF THE ADMISSION
COMMISSION'S INTERACTION WITH APPLICANTS AS A FACTOR IN
REDUCING THE INFORMATION BARRIER AND STRESSFUL LOAD

Medvedeva Margarita Ivanovna - student of the Law Institute of Siberian
Federal University

Chashchina Anna Aleksandrovna - PhD in Philosophy, Associate Professor of

the Department of Theory and Methodology of Social Work of Siberian Federal University

Abstract: The article examines the relationship between the effectiveness of the Admissions Committee's communication with applicants and their stress levels, using a study conducted among applicants to the Law Institute of Siberian Federal University. The most significant communication channels were identified, and their quality was assessed using various criteria. The article identifies the main communication barriers and aspects of admission that contribute to applicants' stress, as well as the role of high-quality communication in maintaining psychological well-being.

Keywords: admissions committee; applicants; stress reduction; information accessibility; communication efficiency; communication channels.

Приемная кампания представляет собой ключевой процесс в деятельности высшего учебного заведения, направленный на формирование контингента студентов. Эффективность ее организации оказывает непосредственное влияние на качество набора и дальнейшую репутацию университета. Успешность проведения приемной кампании в значительной степени детерминирована качеством коммуникационного взаимодействия между приемной комиссией и абитуриентами.

Как отмечает А.А. Корзина, процесс поступления в вуз представляет собой сложное и многоэтапное взаимодействие университета с абитуриентами и их родителями. Каждый участник этого процесса имеет разные цели и интересы, если для абитуриента главное – сделать правильный профессиональный выбор, определяя будущее направление подготовки и образовательное учреждение. То для университета приоритет – закрыть контрольные цифры приема и набрать как можно больше первокурсников [4].

Соответственно, эффективная коммуникация приемной комиссии с абитуриентами необходима для всех участников процесса.

Вуз заинтересован в том, чтобы абитуриент, столкнувшись с барьерами на пути поиска ответов на вопросы, не переключал свое внимание на рассмотрение иных вариантов, будучи неудовлетворенным качеством предоставляемой информации уже на этапе ее поиска [1]. Абитуриенты же нуждаются в снижении стресса, в чем ключевую роль играет именно коммуникация с Приемной комиссией. Как отмечают Е.Г. Заверткина и М.А. Юферова, в современном информационном обществе на абитуриентов «обрушивается» громадное количество информационных потоков, которые дают противоречивые сведения о состоянии рынка труда, престижности и востребованности тех или иных профессий, недостоверные и эмоционально насыщенные сведения о конкретных вузах и преподавателях. Кроме того, часто выбор абитуриентом учебного заведения является полимотивированным. Выдвижение и анализ аргументов «за» и «против» того или иного учебного заведения делают выбор осознанным, но не менее сложным, а абитуриент находится в состоянии внутриличностного конфликта. Удовлетворить потребность в информации, снизить тревогу абитуриента, сделать процесс поступления максимально предсказуемым – основная задача членов приемной комиссии [3].

С 2023 года в вузах России появилось новое направление - работа приемной комиссии университета с абитуриентами, являющимися детьми участников специальной военной операции (СВО), о чем упоминает А.В. Андриянова [2], отмечая важность обеспечения социальной поддержки и справедливого доступа к образованию молодым людям данной социальной категории. Абитуриенты из числа членов семей СВО часто сталкиваются с уникальными трудностями, связанными с семейной ситуацией, эмоциональным состоянием и возможными финансовыми проблемами. Обеспечение индивидуального подхода, предоставление льгот («Приоритет при поступлении

в вузы: дети военных, которые участвуют в СВО на территориях Донеска, Луганска и Украины, имеют больше шансов поступить в учебные заведения, так как для них выделяются специальные места (квоты)» [2, стр. 14]) и других дополнительных возможностей для таких абитуриентов, как первоочередное предоставление общежития, способствует их успешной адаптации к обучению в вузе. Кроме того, это демонстрирует социальную ответственность университета и его готовность поддерживать тех, кто защищает Родину.

Однако на практике информационная коммуникация приемной комиссии с абитуриентами до сих пор далека от совершенства. Например, как отмечают А.В. Ковалева и коллеги в исследовании имиджа направления «Социальная работа» среди абитуриентов Юридического института СФУ, только абитуриенты с высшим образованием хорошо знакомы с профессией «Социальная работа». Остальные абитуриенты, имеющие разные уровни образования, в основном не знают о данном направлении подготовки [5].

Таким образом, актуальность исследования обусловлена необходимостью оптимизации коммуникационных процессов между приемной комиссией и абитуриентами для снижения информационных барьеров и стрессовой нагрузки поступающих. Для подтверждения этого было проведено эмпирическое исследование и выдвинута гипотеза: «Эффективная коммуникация приемной комиссии с абитуриентами способствует снижению стресса абитуриентов и повышению доступности информации». Исследование проводилось преимущественно дистанционно – с помощью рассылки опроса по электронной почте абитуриентам Юридического института СФУ, а также методом индивидуального анкетирования при личном обращении. Всего опрошено 114 абитуриентов.

Вопросы первого блока анкеты были направлены на сбор социально-демографических данных респондентов, таких как пол, возраст и уровень образования, то есть «паспортичка» выявила что 52,6% - представители женского пола, 47,4% - мужского. Возрастной состав: 50,9% – 17-18 лет, 23,7%

– 19-20 лет; 6,1% – 21–25 лет; 1,8% – 30+. Уровень предыдущего образования: 11 классов – 50%, среднее профессиональное образование – 36,8%, высшее образование – 13,2%.

Второй блок был направлен на выявление самых популярных и эффективных каналов коммуникации с приемной комиссией, по мнению респондентов и степень удовлетворенности абитуриентов оказанной услугой, с целью проанализировать качество дистанционного и очного общения. Анализ ответов участников анкетирования во втором разделе показал, что абитуриенты чаще всего пользуются официальным сайтом (93%) и звонками (60,5%), а реже всего – электронной почтой (12,3%). Из офлайн-способов наиболее популярен личный визит (83,3%), тогда как «Дни открытых дверей» выбрали только 11,4%. Самыми эффективными каналами по мнению абитуриентов являются личный визит (49,1%), сайт (28,1%) и телефон (14,9%).

Следующая часть опросника была посвящена выявлению проблемных областей в коммуникации приемной комиссии с абитуриентами как в интернет-пространстве, так и при очном взаимодействии. Респонденты отвечали на вопросы о труднодоступной информации и коммуникативных барьерах. Так, большинство опрошенных удовлетворены различными аспектами коммуникации со специалистами приемной комиссии. Почти все опрошенные выразили полное согласие с утверждениями о том, что информация на официальном сайте и в социальных сетях была легко находимой (67 чел.), понятной и ясной (подтвердили 104 чел.), полной (92 чел.), своевременной и актуальной (106 чел.). Ответы по телефону, почте, в социальных сетях были оценены как оперативные (102 чел.), понятные и исчерпывающие (98 человек). При личном взаимодействии сотрудники были вежливы (106 человек) и готовы помочь (108 чел.). Частично согласные и не согласные ответы статистически незначимы. Из полученных данных видно, что основная проблема каналов коммуникации с абитуриентами – сложность поиска информации на официальных ресурсах вуза.

Заключительная часть опроса была ориентирована на выявление уровня стресса, который испытывают абитуриенты, как в рамках всего процесса поступления, так и в ходе взаимодействия с приемной комиссией. Особое внимание уделялось анализу того, каким образом различные каналы коммуникации влияют на эмоциональное состояние абитуриента. Как показали ответы на следующий вопрос, значительную роль в устранении данной проблемы сыграла очная консультация: 50% абитуриентов получили значительную помощь в получении труднодоступной информации, 20,2% – частичную, и только 4% не получили её вовсе. Кроме того, более половины респондентов не столкнулись с коммуникативными барьерами; среди отмеченных проблем – недостаток четкости в ответах (11,4%), низкая компетентность сотрудников (8,8%) и невербальные барьеры (10,5%).

Следующий блок вопросов показал, что 72% абитуриентов оценили уровень стресса, связанного с процессом поступления, на 5 баллов и ниже по десяти балльной шкале, и только 28,1% указали отметку 6 и выше. При этом, основные причины стресса – внешние факторы, такие как ожидание результатов экзаменов (50,9%), конкуренция (49,1%), неопределенность проходного балла (43%), финансовые вопросы (23,7%). И только 8,8% от общего числа опрошенных не испытывали стресс от поступления. Не менее важен тот факт, что работа приемной комиссии не вызывала стресс, а напротив – снижала его: так, после самостоятельного изучения онлайн-ресурсов стресс значительно снизился у 49,1%, немного снизился – у 21,9%. После личного визита или звонка значительно снизился стресс у 64,9%, немного – у 15,8%, и только у 9,6% стресс остался прежним.

Результаты исследования продемонстрировали, что эффективная коммуникация специалистов приемной комиссии с абитуриентами способствует снижению испытываемого ими стресса, а также более эффективному поиску информации. Таким образом, гипотеза исследования подтвердилась. Большинство поступающих высоко оценили работу

сотрудников и качество консультирования, абитуриенты так же отметили, что возникающий стресс чаще связан с независимыми от работы приемной комиссии причинами, в то время как взаимодействие с комиссией снижает напряжённость и помогает получить нужную информацию. В контексте данного исследования это подчеркивает возрастающую ценность человеко-ориентированного подхода и высоких коммуникативных компетенций сотрудников приемных комиссий, которые невозможно полностью автоматизировать. Для дальнейшего повышения эффективности коммуникации можно предложить следующие меры: улучшить структуру и навигацию официального сайта, разделив информацию по категориям поступающих; разработать интерактивные инструкции, видеоролики или чат-боты для помощи в поиске ответов на частые вопросы; организовывать онлайн-консультации и прямые эфиры с сотрудниками Приемной комиссии для оперативной поддержки.

Литература

1. Авакова, Э.Б. Мотивационные факторы профессионального выбора абитуриентов как основа коммуникационной стратегии университета / Э.Б. Авакова // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2023. – № 1(9). – С. 69–75.
2. Андриянова, А.В. Государственные и негосударственные меры поддержки военнослужащих по контракту и членов их семей / А.В. Андриянова, А.А. Чащина // Актуальные психолого-педагогические, философские, экономические и юридические проблемы современного российского общества. – 2025. – С. 13-14.
3. Заверткина, Е.Г. Психолого-педагогические аспекты организации деятельности приемной комиссии университета / Е. Г. Заверткина, М. А. Юферова // Ярославский педагогический вестник. – 2019. – № 5 (110). – С. 81–87.

4. Ковалева, А. В. Социальная работа как профессиональный выбор: формирование имиджа специальности среди абитуриентов / А. В. Ковалева, К. С. Унтерберг, Е. Ю. Чащина, А. В. Шведова // Вестник Восточно-Сибирской Открытой Академии. – 2025. – № 56 (56). – С. 1–7.

5. Корзина, А.А. Социальный портрет студента сквозь призму особенностей профессионального самоопределения / А. А. Корзина // Society and Security Insights – 2025. – № 1 (10). – С. 151–170.