**Белорусские вузы в конкурентной борьбе за абитуриентов: модели профориентации**

***Красовская Елена Витальевна***

*Старший преподаватель*

Белорусский государственный университет, факультет журналистики, Минск, Республика Беларусь

*E-mail: el.krasovsckaya@yandex.by*

Высшие учебные заведения России и Беларуси столкнулись с одинаковой проблемой – нехваткой потенциальных абитуриентов [5, 8], что обусловлено неблагоприятной демографической обстановкой в государствах СНГ. В ситуации острой конкуренции, которая существует между вузами как на международном уровне, так и внутри конкретной страны, особую актуальность приобретает их профориентационная деятельность. В данной работе профессиональная ориентация рассматривается комплексно: не только в качестве «процесса профессионального самоопределения молодого человека, выбора им оптимального вида занятости с учетом собственных потребностей и возможностей», но и как «комплекс специальных мер содействия в профессиональном самоопределении, формировании компетентности при ориентации и адаптации на рынке труда» [1].

Университеты России и Беларуси активно разрабатывают собственные модели взаимодействия с абитуриентами, что получает отражение в научных трудах их сотрудников. В частности, университет как субъект профориентационной работы со школьниками представлен в исследованиях российских ученых А. В. Прохорова и Н. А. Жмыревой [8, 9, 10], О. Н. Зыряновой и В. Ю. Смагиной [2], белорусского исследователя Е. В. Красовской [3; 4]. Профориентационная деятельность конкретной кафедры анализируется в работе Л. М. Ондар [7], используемые в ходе профориентационной работы методы сотрудничества – в исследовании П. Э. Окуневой и В. А. Карнауховой [6].

В Республике Беларусь сформировались две стратегии выхода из кризисной для вузов ситуации:

а) привлечение иностранных абитуриентов на основе демонстрации конкурентных преимуществ вуза на международной арене;

б) активная профориентационная работа с целью привлечения абитуриентов из числа граждан страны.

При этом первая стратегия реализуется на уровне государства и предполагает продвижение вуза на лидирующие позиции в международных рейтингах университетов мира, для чего необходимо выполнение целого комплекса мер (публикация статей в журналах, индексируемых в международных наукометрических базах данных, выполнение показателей по академическом мобильности преподавателей и студентов, соответствующее наполнение электронной библиотеки и т.д.). Вторая стратегия реализуется на уровне конкретного вуза, позволяя формировать уникальные подходы к взаимодействию с абитуриентами, которые могут быть весьма гибкими в зависимости от демографической и рыночной конъюнктуры конкретного региона страны.

Белорусские вузы используют обе стратегии. Но если мероприятия Дорожной карты по продвижению того или иного университета в международных рейтингах с целью привлечения иностранных абитуриентов не сильно отличаются, то подходы к реализации стратегии по привлечению абитуриентов из числа граждан страны путем профориентационной работы в каждом вузе могут быть весьма оригинальными.

Бурное развитие информационно-коммуникационных технологий, наблюдающееся в последнее десятилетие, повлияло на востребованность представителей одних профессий и почти полное забвение других. Сегодня в «группе риска» оказались журналисты, которые потеряли «монополию» на распространение массовой информации и нередко проигрывают в конкурентной борьбе блогерам, которые компенсируют недостаток профессионализма личным обаянием и харизмой.

Центром журналистского образования в Республике Беларусь является факультет журналистики Белорусского государственного университета. Подготовка специалистов также осуществляется в региональных вузах, например, на кафедре журналистики факультета истории, коммуникации и туризма Гродненского государственного университета имени Я. Купалы. Но, несмотря на то, что БГУ является ведущим вузом страны, наиболее интересный подход к организации профориентационной работы со школьниками используется в ГрГУ имени Я. Купалы.

Кафедрой журналистики разработана собственная модель многоступенчатой профориентации. Так, для ребят 5–7 классов предлагаются платные образовательные курсы по работе с социальными медиа «#явсети», для учащихся 7–8 классов проводятся Летняя и Осенняя школа медиаграмотности «МедиаГид», для учеников 9–11 классов работает школа юного журналиста «Медиа-STARt». Старшеклассники школ Гродненской области также могут принять участие в молодежном фестивале медиапроектов «Медиасфера» и олимпиаде по журналистике «Медиа и Я» [3, 4]. Такой комплексный подход нацелен на формирование интереса к профессии журналиста и раннее «погружение» в нее, что позволяет «растить» собственных абитуриентов, начиная со школьного возраста и мотивировать их к получению высшего образования в данной сфере. Таким образом, решаются сразу две проблемы: университет не просто получает абитуриента, а приобретает потенциального студента, уже получившего базовые навыки в выбранной им профессии.

Литература

1. Заливанский Б. В., Самохвалова Е. В. Проблемы организации профориентационной работы в университете // Высшее образование в России. 2014. №.7.

2. Зырянова О. Н., Смагина В. Ю. «Школа юного филолога» как перспективная форма профориентационной работы в вузе // Проблемы современного педагогического образования. 2020. Т. 7. №.69-3.

3. Красовская Е. В. Инновационный медийный кластер: объединяя школьников, студентов и журналистов-практиков // Век информации. 2019. Т. 7. №.2.

4. Красовская Е. В. Инновационный медийный кластер: принцип функционирования и перспективы развития // Вестник Воронежского государственного университета. 2020. Серия: Филология. Журналистика. №.1.

5. Красовская Е. В. Преподавание журналистских дисциплин с позиции «экономики впечатлений» // Коммуникативные стратегии СМИ: теоретические подходы и новые реалии / Под ред. О. Н. Савиновой. Нижний Новгород: ННГУ. 2020.

6. Окунева П. Э., Карнаухова В. А. Творческий подход и методы командного сотрудничества в профориентационной деятельности // Проблемы современного педагогического образования. 2020. №.68-4.

7. Ондар Л. М. Опыт профориентационной работы на кафедре психологии ТувГУ // Материалы ежегодной научно-практической конференции преподавателей, сотрудников и аспирантов. Тува: ТувГУ. 2016.

8. Прохоров А. В. Университет как субъект профориентационной работы со школьниками // Вестник Тамбовского университета. 2020. Серия: Гуманитарные науки. Т. 25. №.187.

9. Прохоров А. В. Уровневая модель профориентационной работы Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина // Социально-экономические явления и процессы. 2019. Т. 14. №.3(107).

10. Прохоров А. В., Жмырева Н. А. Профориентационная работа в университете: традиционные и новые модели взаимодействия со школьниками // Социально-экономические явления и процессы. 2018. Т. 13. №.103.