

## Прогностическая модель идентификации с университетом студентов города Омска

Научный руководитель – Потапова Юлия Викторовна

*Бредгауер Сергей Павлович*

*Сотрудник*

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, Омск, Россия

*E-mail: sergejbredgauer214@gmail.com*

Глобальная трансформация системы высшего образования приводит к тому, что студенты рассматриваются как ключевой элемент, определяющий не только устойчивое развитие самой образовательной организации, но и интеллектуальный и инновационный потенциал региона, в котором они учатся и, в перспективе, будут работать. При этом эффективность подготовки будущих специалистов зависит от формирования не только ключевых профессиональных компетенций, но и от того, насколько комфортным в психологическом плане будет обучение насколько гармонично молодой человек будет вписан в единую социокультурную среду университета. Психология высшей школы сейчас фокусирует внимание на феномене идентификации с вузом как значимом факторе академической устойчивости и лояльности образовательной организации [2]. Основой для этого феномена служит организационная идентификация – процесс, включающий в себя когнитивную и эмоциональную привязанность к организации и соответствующей ей группе [1]. Следовательно, необходимо изучать, какие аспекты образовательной среды влияют на степень отождествления студентов с университетом.

Объект - идентификация с университетом.

Предмет - убеждения студентов относительно университета, обучения и собственной профессии как предикторы идентификации с университетом.

Цель - создать прогностическую модель идентификации студентов с университетом на основе убеждений студентов относительно университета, обучения и собственной профессии.

Задачи:

1. Измерить уровень идентификации с университетом и установки студентов о получаемой профессии, университете и обучении в нем.

2. Построить прогностическую модель идентификации студентов с университетом.

Выборка: 839 студентов омских вузов, из которых 504 (60,1%) девушки, 335 (39,9%) юноши. Средний возраст  $19,7 \pm 2,4$  года.

Методы: тестирование, анкетирование.

Методики:

1. «Шкала организационной идентификации» Б. Эшфорта и Ф. Маела в адаптации Ю. Липпонена, модифицированная для оценки идентификации с образовательной организацией [1].

2. Анкета, включающая вопросы для уточнения убеждений студентов относительно получаемой специальности и университета.

Методы статистической обработки: первичные описательные статистики, СНАИД-анализ.

Студенты демонстрируют средний уровень идентификации с университетом ( $M=18,5$  из 30 возможных). На основе данных об идентификации общая выборка была разбита на части с низким (18%), средним (63,8%) и высоким (18,2%) уровнями идентификации с вузом. Были получены ответы на ключевые вопросы, ставшие предикторами. Наиболее

часто встречающиеся ответы выглядят следующим образом: «Я уверен, в том, что специалисты моей профессии востребованы в Омске» - скорее согласен (32,7%); «Я уверен, что в Омске есть организации, в которых я мог бы трудоустроиться» - скорее согласен (43%); «Я уверен в том, что найду работу по окончании университета» - скорее согласен (37,4%); «Насколько часто Вы интересуетесь информацией, связанной жизнью университета, в котором Вы учитесь?» - каждый день (35,9%); «Каким образом можно охарактеризовать взаимоотношения в Вашей студенческой группе» - приятели (44%).

Дерево классификации строилось для крайних значений и имело прогностический потенциал в 83,7% для предсказания высокого и 73,6% для низкого уровня идентификации с вузом на основе диспозиционных предикторов (установки об университете, обучении, своей профессии). Наиболее высокие показатели идентификации с университетом у студентов из узла №7, в который входят общающиеся с высокой частотой интереса к новостям вуза, уверенные в востребованности собственной профессии в Омске выше среднего ( $\chi^2=13,8$ ,  $p \leq 0,001$ ; отклик=84,7%, индекс=168,7%). Полученные данные свидетельствуют о значимости работы пресс-службы и медиацентра университета для укрепления идентификации с вузом. Для того, чтобы обучающиеся не утрачивали к ним интерес, важно освещать различные стороны жизни образовательной организации, ограничивать формальный и назидательный тон вещания, искать актуальные форматы подачи информации, возможно, совместно с представителями студенческого сообщества. Кроме того, важно ещё на этапе обучения знакомить студентов с потенциальными работодателями, содействовать расширению и углублению практической подготовки.

Таким образом, было выявлено, что наиболее значимыми предикторами высокой идентификации с университетом является частота интереса к новостям университета и уверенность в востребованности собственной профессии в городе проживания.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (РНФ) № 25-28-20307, <https://vk.com/away.php?to=https://rscf.ru/project/25-28-20307/&utf=1>

#### Источники и литература

- 1) Lipponen J., Helkama K., Juslin M. Subgroup Identification, Superordinate Identification and Intergroup Bias between the Subgroups // Group Processes & Intergroup Relations. — 2003. — Vol. 6, № 3. — P. 239–250.
- 2) Pinna R., Carrus P. P., Musso M., Cicotto G. The Effects of Students: University Identification on Student's Extra Role Behaviours and Turnover Intention. The TQM Journal. — 2018. — Vol. 30, № 5. — P. 458–475.