

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ
УНИВЕРСИТЕТА
И КОРПОРАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ**

**Материалы Международной конференции
«HR-тренд 2016: Человеческое измерение университета»
(10–12 ноября 2016 г., г. Томск)**

Под редакцией О.Б. Алексеева, Э.В. Галажинского, А.О. Зоткина

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2017

7. Суханова Е.А., Ковалева Т.М., Зоткин А.О. Инициативная среда университета как механизм управления персоналом в условиях трансформации // Университетское управление: практика и анализ. 2016. № 1 (101). С. 90–97.
8. Шарков Ф. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны»): учеб. пособие. 2-е изд. М.: Дашков и Ко, 2010. 260 с.

БАЗИСНЫЕ ЦЕННОСТИ ТОМСКИХ СТУДЕНТОВ: ОЦЕНКА ЗНАЧИМОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ В УНИВЕРСИТЕТСКОЙ СРЕДЕ²

В.В. Мацута, кандидат психологических наук

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск

О.Ю. Горчакова, старший преподаватель

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск

С.А. Богомаз, доктор психологических наук

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск

В статье представлены результаты эмпирического исследования субъективной значимости и реализуемости базисных ценностей у томских студентов. Показано, какие именно ценности, по мнению студентов, позволяет реализовать университетская среда г. Томска.

Ключевые слова: студенты, субъективная оценка значимости и реализуемости базисных ценностей, университетская среда, образовательная среда.

TOMSK STUDENTS' BASIC VALUES: EVALUATION OF SIGNIFICANCE AND POSSIBILITIES OF REALIZABILITY IN THE UNIVERSITY ENVIRONMENT

VV Matsuta, OY Gorchakova, SA Bogomaz

This article presents the results of empirical study of basic values' subjective significance and realizability in the group of Tomsk university students. The article shows what kind of values the university environment of Tomsk allows to realize in the students' opinion.

Keywords: university students, subjective evaluation of basic values' significance and realizability, university environment, educational environment.

Изучение соотношения субъективной оценки значимости и реализуемости базисных ценностей в университетской среде позволит раскрыть психологическое содержание средовой самоидентичности студентов, оценить их готовность продуктивно существовать и развивать среду г. Томска как среду своего жизнеосуществления и будущей профессиональной деятельности [1].

Для достижения поставленной цели было проведено исследование с участием 138 студентов: 39 студентов ТГУ, 56 студентов ТПУ и 43 студента СибГМУ. Сначала была проанализирована значимость ценностей с использованием методики «Иерархия базисных ценностей» [2]. Далее изучалась субъективная оценка реализуемости этих ценностей в г. Томск как городе проживания и учебы студентов. Полученные данные были обработаны с помощью программы Statistica 10.0.

Результаты показывают, что для студентов ТГУ в максимальной степени значимы ценности «иметь благополучную семью» (6,72, $p \geq 0,00$), «любить и быть любимым» (6,67, $p \geq 0,00$) и «быть здоровым» (6,56, $p \geq 0,00$). Наименее значимой является ценность «иметь власть» (4,33, $p \geq 0,05$).

Для студентов ТПУ приоритетными являются ценности «иметь благополучную семью» (6,57, $p \geq 0,00$), «любить и быть любимым» (6,55, $p \geq 0,00$) и «жить полной жизнью» (6,55,

² Исследование выполнено при поддержке РГНФ № 15-06-10803 «Психологические факторы средовой самоидентичности».

$p \geq 0,00$). Наименее значимыми являются ценности «иметь власть» (3,79, $p \geq 0,05$) и «быть примером для других» (4,70, $p \geq 0,04$).

Для студентов СГМУ значимыми являются ценности «достичь желаемой цели» (6,51, $p \geq 0,00$), «жить полной жизнью» (6,47, $p \geq 0,00$) и «быть материально обеспеченным» (6,44, $p \geq 0,00$). Наименее значимыми являются ценности «иметь власть» (4,05, $p \geq 0,05$) и «быть примером для других» (4,88, $p \geq 0,04$).

Таким образом, ценности личных отношений и семейные ценности приоритетны для студентов ТГУ и ТПУ. Студенты СибГМУ ценят более «прозаические» вещи. Что касается наименее значимой для всех студентов ценности «иметь власть», то можно предположить, что сам статус студента (маргинальный, временный, еще не сформировавшийся профессионал, а только готовящийся к профессиональной деятельности) не предполагает возможности влияния на события и ситуации, а также наличия авторитета в определенной области.

Результаты оценки реализуемости ценностей показывают, что для студентов ТГУ наиболее реализуемыми являются ценности «иметь хорошую работу» (6,28, $p \geq 0,00$), «получить обширные знания» (6,23, $p \geq 0,01$) и «достичь успехов в карьере» (6,21, $p \geq 0,00$).

Для студентов ТПУ наиболее реализуемыми являются ценности «достичь успехов в профессии» (6,38, $p \geq 0,00$), «иметь хорошую работу» (6,34, $p \geq 0,00$), «самоутвердиться в жизни» (6,29, $p \geq 0,00$), «достичь успехов в карьере» (6,25, $p \geq 0,00$) и «получить обширные знания» (6,21, $p \geq 0,01$).

Наиболее реализуемыми для студентов СГМУ являются ценности «получить обширные знания» (6,21, $p \geq 0,01$), «достичь успехов в профессии» (6,17, $p \geq 0,00$) и «самоутвердиться в жизни» (6,15, $p \geq 0,00$). Наименее реализуемой для всех студентов является ценность «стать известным и знаменитым»: 4,36, 4,93, 4,79, $p \geq 0,03$.

В целом, можно сказать, что университетская среда, по оценке томских студентов, позволяет реализовать ценности, связанные с процессом познания, профессионализацией и достижением значимых результатов профессиональной деятельности. Однако студенты мало верят в то, что университетская среда может обеспечить им возможность стать человеком, имеющим авторитет и престиж.

Интересен тот факт, что студенты ТГУ и ТПУ высоко оценивают образовательные условия в университетах, но для себя более значимыми считают ценности, связанные с выстраиванием личных и семейных отношений. Другими словами, несмотря на участие указанных вузов в программе «Топ-5-100» и реализуемых в рамках этой программы мероприятий, направленных на подготовку высококвалифицированных и конкурентоспособных специалистов, можно сказать, что образовательная среда ТГУ и ТПУ не в полной мере способствует ориентации студентов на ценности и способы поведения, характерные для тех профессиональных сообществ, в которые они позднее могут войти. Такое расхождение между значимыми и реализуемыми ценностями, вероятно, можно объяснить в контексте моратория (кризиса выбора) профессиональной идентичности, когда студенты уже осознали проблему выбора профессии и находятся в процессе ее решения, но наиболее подходящий вариант ими еще не определен.

В этом смысле студенты СибГМУ, вероятно, отличаются более сформированной профессиональной идентичностью, когда профессиональные планы уже определены, и это стало результатом их осмысленного самостоятельного решения. На это указывает тот факт, что значимые и реализуемые ценности этих студентов связаны с профессиональной деятельностью, достижением значимых результатов в профессии и жизненным самоутверждением в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Суханова Е.А., Ковалева Т.М., Зоткин А.О. Инициативная среда университета как механизм управления персоналом в условиях трансформации // Университетское управление: практика и анализ. 2016. № 1 (101). С. 90–97.

2. Богомаз С.А., Мацута В.В. Субъективная оценка реализуемости базисных ценностей в городской среде // Сибирский психологический журнал. 2012. № 46. С. 67–75.
3. Горчакова О.Ю., Богомаз С.А., Левицкая Т.Е., Шекетера А.А. Восприятие образовательной среды университета студентами с разной степенью выраженности имплицитных теорий интеллекта и личности // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 3-3 (63). С. 88–92.
4. Галай И.А., Айзман Р.И., Богомаз С.А. Гендерные особенности субъективной оценки значимости базисных ценностей и возможности их реализации у студентов первого курса педагогического вуза // Сибирский психологический журнал. 2015. № 56. С. 167–176.

КАК СТУДЕНТЫ ВОВЛЕЧЕНЫ В МЕХАНИЗМЫ «ОБРАТНОЙ СВЯЗИ»: ОПЫТ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА

А.Д. Сущенко, аспирант кафедры прикладной социологии, младший научный сотрудник
Лаборатории по проблемам университетского развития

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург

В статье описывается опыт включения студентов в механизмы обратной связи с заинтересованными субъектами университета: руководителями, создателями и организаторами образовательных программ, преподавателями. Рассматриваются потребности целевых групп в создании данных механизмов на основе программы развития университета, формы их реализации. На примере опыта изучения студентов в УрФУ (потенциальных, реальных) показана возможная ценность внутриуниверситетских исследований при управлении вузом.

Ключевые слова: вовлеченность, студенты, потенциальные студенты, выпускники, ценность внутриуниверситетских исследований, потребности, целевые группы.

HOW UNIVERSITY STUDENTS ARE ENGAGED IN «FEEDBACK»: THE CASE OF UrFU

AD Sushchenko

The article describes the experience of university students engagement in the feedback mechanisms with the stakeholders: leaders of university, creators and organizers of the educational programs, teachers. We consider the needs of the targeted groups in the creating student feedback mechanisms based on university development program as well as the forms of implementation. On the example of studying the students (prospective and actual) in the Ural Federal University we show a possible value university research in managing of UrFU.

Keywords: engagement, students, prospective students, alumni, values of university research, needs, targeted groups.

Активное включение ряда российских университетов в повышение своих конкурентных позиций на международном рынке образовательных услуг и попытка внедрения его лучших практик определяют изменения роли студентов вузов. Традиционно к приоритетам маркетинговой стратегии большинства вузов относились рост численности студентов и увеличение доли обучающихся на контрактной основе. В настоящее время они смещаются к повышению качества контингента и доли магистрантов, привлечению иностранных студентов. Также возникают новые задачи, связанные, во-первых, с созданием возможностей для развития индивидуальных траекторий студентов, во-вторых, с развитием долгосрочного сотрудничества вуза и его выпускников. В вузах – участниках программы TOP 5-100 изменение этих задач отражено в программах развития до 2020 года, их дорожных картах.

До 2010 года потребности руководства вузов и других заинтересованных сторон университетского сообщества были связаны, в основном, с получением информации о мотивации потенциальных студентов, удовлетворенности студентов полученными знаниями, навыками по итогам обучения. Современные условия конкуренции между российскими вузами за ведущие позиции на российском рынке образовательных услуг, как следствие, необходимость оценки содержания образовательных программ постепенно формируют у них потреб-