

უნივერსიტეტის პრესტიჟსა და სტუდენტების უნივერსიტეტთან
იდენტიფიკაციას შორის კავშირი

გრეტა გოჩოლეიშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
მეცნიერებათა და ხელოვნების ფაკულტეტზე, სოციალური ფსიქოლოგიის
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად*

სამაგისტრო პროგრამა: სოციალური ფსიქოლოგია

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნინო ჯავახიშვილი, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2018

განაცხადი

როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

გრეტა გოჩოლეიშვილი

22 ივნისი 2019 წელი

აბსტრაქტი

სოციალური იდენტობის თეორიის მიხედვით, სოციალურ ჯგუფთან, ორგანიზაციასთან იდენტიფიკაციის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი, ამ ჯგუფის/ორგანიზაციის პრესტიჟია, რომელიც მე-20 საუკუნიდან მკვლევარებისთვის ინტერესის საგანს წარმოადგენს. მიუხედავად იმისა, რომ ამ ორ ცვლადს შორის მიმართების კვლევა შრომის და ორგანიზაციის ფსიქოლოგების, ასევე მარკეტინგული კვლევების სამიზნეა, საინტერესოა მისი დაკავშირება სოციალურ ფსიქოლოგიასთან, რადგან სწორედ სოციალური იდენტობის თეორიულ ჭრილში განიხილავენ პრესტიჟისა და იდენტიფიკაციის ურთიერთკავშირს. ამიტომ, წინამდებარე კვლევა მოიცავს არა, შრომის ბაზარზე მომუშავე ადამიანებს, არამედ სტუდენტებს, რომლებისთვისაც უნივერსიტეტი ერთ-ერთ უმსხვილეს ჯგუფს/ორგანიზაციას წარმოადგენს განვითარების მოცემული ეტაპისთვის. თუმცა, კვლევაში მონაწილე ბაკალავრის საფეხურის - თავისუფალი უნივერსიტეტისა და საქართველოს უნივერსიტეტის, 64 სტუდენტის მონაცემების ანალიზის მიხედვით დგინდება, რომ პრესტიჟი ამ კვლევის ფარგლებში არ განსაზღვრავს სტუდენტების უნივერსიტეტთან იდენტიფიკაციას. გამოიკვეთა, მხოლოდ აკადემიური აქტივობა, როგორც იდენტიფიკაციაზე გავლენის მქონდე ცვლადი.

საკვანძო სიტყვები: უნივერსიტეტის პრესტიჟი, იდენტიფიკაცია, ჯგუფები, ორგანიზაცია, სოციალური იდენტობის თეორია.

Abstract

According to the Social Identity Theory, one of the most important factors for identification with a social group or organization, is the prestige of this group / organization, which has been the subject of interest for researchers from the 20th century. Although, the link between these two variables is studied by industrial and organizational psychologists and marketing researchers, it is also, interesting to connect with social psychology, because the social identity theory considers relationship between prestige and identification. Therefore, this research does not include people working in the labor market, but students, for which the university is one of the largest groups / organizations at this development stage. However, according to my data from the 64 undergraduate students of the - Free University and University of Georgia, the prestige does not determine the student's identification with the university. Only academic activity has been identified as a variable that has influence over identification.

Keywords: university prestige, university identification, groups, organization, Social Identity Theory