

“大类招生,分流培养”模式下专业选择与专业认同关系的实证研究

王 萍,王 琳

(浙江理工大学经济管理学院,杭州 310018)

摘 要:对浙江理工大学经济管理学院大二和大三的9个专业318名学生进行问卷调查,发现在“大类招生,分流培养”模式背景下,学生对大类招生认同度和专业认同度都较高,专业选择影响因素按重要性依次为社会、个人、家庭和学校因素,且个人因素与专业认同度呈显著正相关,学校因素和大类认同度呈显著正相关,社会因素与专业认同度呈正相关,与大类认同度呈负相关。

关键词:大类招生;专业选择;专业认同度;经济管理类

中图分类号: C93

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2017)02-0176-06

让高中生盲目选择未来专业无疑会导致许多学生因专业匹配不高而缺乏学习兴趣。“大类招生,分流培养”模式,是通过同院系的专业合并,考生按大类名称填报,等大二大三再选择专业,进行分流的教育模式,可以帮助学生在基础知识学习上逐步对专业产生质的认识,自主选择喜爱的专业,减少盲目性。适合的专业,有助于提升大学生专业学习和专业发展,进一步影响未来的职业发展。当前,大学生在选择分流专业过程中,不仅会受到个人特质的影响,也会评估社会、家庭对该专业的看法,这些因素或多或少会影响到之后的专业认同度。为了促进高校专业设置和教学改革,尤其是在大类招生培养模式还不完善的情况下,实证研究大学生专业选择影响因素和专业认同度的关系,有助于推进这一人才培养模式的深化改革,也为高校有针对性地采取改善措施提供数据支撑。

一、研究问卷设计

(一)专业选择的问卷设计

专业选择的影响因素涉及学生的兴趣、工作机会、职业生涯发展的潜力、学生的学科能力、父母和家人的影响等,本文综合考虑并参考樊明成^[1]、贺雅

桔^[2]等的研究,编制了专业选择影响因素调查的问卷。问卷包含个人职业生涯规划、性格、成绩、同学朋友的选择、父母/亲戚意愿等方面的24个问项,分为个人、家庭、学校、社会四大类因素。

(二)认同度的问卷设计

认同度的量表在参考胡忠华^[3]研究的基础上,通过对浙江理工大学经济管理学院专业教师、辅导员和学生的访谈,结合“大类招生”的特点,在专业认同的基础上增加大类认同度的问项,该问卷修订为15个问项。

问卷采用李克特5点计分法。

二、数据统计分析

(一)数据回收

在浙江理工大学经济管理学院大二大三学生范围内,以班级为单位,向各班负责人说明调查目的及填写方法后发放问卷合计400份,回收有效问卷318份,有效回收率为79.5%。样本完全覆盖所有9个专业,男女生比例与目前该学院的总体学生性别比接近。大三发放的问卷数是大二的2倍,主要是大三学生经历了一年的分流培养,能更加客观全面的评估这一培养模式。调查样本的基本情况见表1。

表 1 样本分布

分类		人数
性别	男	88
	女	230
年级	大二	100
	大三	218
专业	电子商务	10
	工商管理	46
	国际经济与贸易	32
	会计学	71
	金融学	31
	经济学	17
	人力资源管理	66
	信息管理与信息系统	19
	市场营销	26

采用 Spss21.0 统计软件,首先对两份量表进行信度检验,专业选择影响因素和认同度量表的内部一致性信度系数 α 值分别为 0.856 和 0.748,具有良好的可信度。在此基础上分别进行 KMO 检验和因子分析、方差分析以及相关性检验。

(二)因子分析与描述性分析

1. 专业选择影响因素

专业选择影响因素的 KMO 为 0.840,效度较好,因子分析结果剔除问项 1、问项 5 和问项 6,分别得到学校因素、社会因素、家庭因素和个人因素四个因子,如表 2 所示。

表 2 专业选择影响因素的因子分析与描述性统计结果

题项	学校因素	社会因素	家庭因素	个人因素
该专业的师资力量	0.730	0.130	0.154	0.050
该专业的硬件设施	0.774	0.106	0.166	0.146
该专业课程的难易程度	0.652	0.013	0.142	0.019
是否为重点专业/该专业影响力	0.769	0.129	-0.058	0.020
分流导师/其他老师的建议	0.728	0.042	0.242	0.077
学长的建议	0.655	0.039	0.348	0.07
进入该专业获取奖学金的难易程度	0.570	-0.188	0.453	-0.007
该专业学风	0.584	0.112	0.185	-0.058
市场对该专业人才的需求	0.146	0.743	0.02	-0.022
该专业毕业生的就业率	0.142	0.766	-0.039	-0.017
该专业的发展空间	0.075	0.793	-0.053	0.069
该专业就业后的薪资水平	-0.004	0.842	0.157	0.113
专业对应工作岗位的社会评价	0.033	0.686	0.208	0.099
专业对应岗位的工作环境/工作条件	0.001	0.722	0.046	0.185
同学朋友的选择	0.39	-0.013	0.540	-0.015
父母/亲戚的意愿	0.216	0.157	0.600	-0.113
家庭经济负担	0.255	0.047	0.748	-0.006
家庭背景	0.142	0.117	0.794	0.131
性格	0.063	0.198	-0.074	0.771
能力特长	0.062	0.065	0.052	0.842
兴趣爱好	0.055	0.060	0.021	0.864
均值	3.14	3.93	3.02	3.54
标准差	1.012	0.845	1.112	0.970

从均值看,这些因素对学生专业选择的影响程度从高到低分别为社会因素、个人因素、学校因素、家庭因素。可见学生在专业选择上还是较大幅度根据社会需求和自己的主见,家庭对于专业选择的影响最小,并且家庭因素的标准差最大,表明家庭背景对学生专业选择的影响差异很大;而社会因素的标准差最小,说明社会因素对学生专业选择的影响具有一致性。这一研究结果与现实比较符合。一般而言,家庭背景好的学生,在专业选择时会根据家庭所

拥有的社会资源来选择便于就业的专业,而没有家庭资源可利用的学生,则会更多地根据社会需求来选择专业。但是任何一个学生在专业选择的时候都会仔细衡量这一专业的社会需求、就业空间、未来发展,因此社会因素的差异性较小。

2. 认同度

认同度量表的 KMO 值为 0.830,适合做因子分析,拟合得到 2 个因子,尽管其中有 3 个问项在专业认同上的载荷值不到 0.5,但是由于非常接近于

0.5,同时又显著高于在另一因子上的载荷值,并且从内涵上来说也与专业认同有较高的一致性,因此保留这3个题项。拟合结果剔除问项9,得到专业认同和大类认同两个因子,如表3所示。

表3 认同度的因子分析与描述性统计结果

题项	专业认同	大类认同
你喜欢现在的专业吗	0.757	0.165
你认为自己适合现在的专业吗	0.756	0.131
专业分流后在专业学习中投入程度如何	0.681	0.051
在学习自己专业感到快乐吗	0.728	0.195
与其他专业同学交往中,你常常因为自己身在该专业而感到自豪	0.538	0.098
在别人谈论你的专业时,你的关注程度	0.514	-0.118
如果有机会再次选择,你会改变自己的专业吗	0.528	0.093
未来是否会从事与专业相关的工作	0.499	-0.171
亲戚朋友面临选专业的情况,会推荐他进入自己的专业吗	0.464	0.439
个人认为从事专业有关的职业,能够实现自身的价值吗	0.485	0.14
对目前就读专业满意吗	0.666	0.251
大类招生对你专业认识的促进作用大吗	0.045	0.835
觉得你现在的专业有必要进行“大类招生”吗	-0.035	0.850
均值	3.49	3.05
标准差	0.849	0.997

从调查结果看,学生对专业的认同度明显高于对大类的认同,标准差更小也表明对专业认同的一致性更高。说明大部分学生还是按照自己的意愿选择进入了目标专业,并且在专业学习过程中也比较适应。学生对大类的认同度并不高,只略高于中值3,但是标准差较大,表明不同学生对大类的认同存在明显差异。事实上,当学生在大一的学习阶段有用心了解和分析每个专业的差异,判断过自己与各个专业的匹配性,并且最后能够按照自己第一志愿进入相应的专业,此类学生对大类的认同度会较高,与其他学生的差异就很明显。

(三)差异性分析

分别运用独立样本t检验和单因素方差分析,对4个影响因素和2个认同度进行差异性分析,结果显示,在性别、年级、专业和是否担任学生职务上存在显著差异,汇总见表4。

1. 专业选择影响因素的差异性分析

个人因素。个人因素不存在显著差异,说明所有被调查学生在选择专业时均会受到自己的性格、能力特长、兴趣爱好的影响,学生都会比较客观的评估自身的整体特点来选择专业。

家庭因素。家庭因素会显著地影响学生最终选择的专业,说明学生在选择专业时会与父母商议,较多地听从父母的意见。从具体数据看,若父母受教育程度较高、职业较好,子女倾向于选择优势专业,家长的教育背景决定了对社会需求和学科知识结构的了解,家庭背景影响了学生以后的就业方向,学生会依据家庭总体情况来选择最合适的专业。

表4 差异性分析汇总

变量		专业选择影响因素				认同度	
		个人因素	家庭因素	学校因素	社会因素	专业认同度	大类认同度
性别	t值	1.957	1.324	0.668	-3.158**	0.698	2.236**
	Sig.	0.051	0.187	0.505	0.002	0.485	0.026
年级	t值	1.034	-1.352	0.212	1.259	2.289**	1.532
	Sig.	0.302	0.177	0.833	0.209	0.023	0.127
是否担任职务	F值	0.857	1.394	1.236	2.131*	1.240	0.300
	Sig.	0.464	0.245	0.297	0.096	0.295	0.825
目前专业	F值	1.552	4.362**	0.825	1.827	3.072**	0.970
	Sig.	0.139	0.000	0.581	0.072	0.002	0.460

注:*表示在0.05水平(双侧)上显著差异;**表示在0.01水平(双侧)上显著差异。

学校因素。学校因素不存在显著差异,且各个问项的均值较高,说明学生在选择专业时,会普遍分析目标专业的师资力量、专业影响力、学风等因素,也会较多地听取专业老师、学长的建议。因此各专

业的办学条件和整体实力是影响学生专业选择的一个普遍性因素。

社会因素。男生与女生在专业选择时受社会因素的影响程度存在明显差异,由于女性的生理和社

会角色差异，在专业选择时会更多地考虑该专业发展空间、工作环境或工作条件因素，在经济管理大类中会选择会计、人力资源管理等专业；而男生更多考虑所选专业未来的薪酬、个人的职业发展空间等，因此倾向于选择营销、信息管理、金融学等专业；学生担任学生职务，也会影响在专业选择时更多考虑到就业率、对应岗位的社会评价、薪资等内容，因为一般来说担任职务的学生相对优秀，社会活动能力更强，与外界的接触也更多，因此对工作的要求也会更高。

2. 认同度的差异性分析

专业认同度。不同年级学生的专业认同度明显不同，大三学生的专业认同度显著高于大二，这是因为大三学生经过一年多的专业学习对专业的认识更加深入，而且也更多的从未来就业和社会需要的角度来看待专业学习；不同专业的学生对专业的认同度也存在明显差异，经济类专业的认同度高于管理

类专业，在管理类专业中，人力资源管理和会计学两个专业的学生的专业认同度明显较高，这一结果一方面是因为对专业的认同会与这一专业的未来就业率明显相关，另一方面与这些专业的目前办学实力的差异有很大关系。

大类认同度。女生的认同度明显高于男生，可能是由于刚结束繁重的高中学习，大一男生会一下子松懈下来，因此对是否大类培养没有太大的感觉，而女生在性格上更加细腻，不喜欢冒险，更倾向于提前认识自己，大一时做好知识储备然后慎重地选择专业，因此会觉得大一这一年的过渡期对自己的专业选择很有帮助。

(四) 专业选择影响因素与认同度的相关性分析

采用 Pearson 相关系数对专业选择的四个影响因素和专业认同度、大类认同度进行相关性检测，如表 5 所示。

表 5 专业选择影响因素与专业认同度相关分析

变量	统计项	影响因素				
			个人因素	家庭因素	学校因素	社会因素
认同度	专业认同度	Pearson 相关性	0.210* *	-0.049	0.029	0.183* *
		显著性(双侧)	0.000	0.389	0.616	0.001
	大类认同度	Pearson 相关性	0.081	0.089	0.238* *	-0.210* *
		显著性(双侧)	0.155	0.118	0.000	0.000

说明：* 在 0.05 水平(双侧)上显著相关，** 在 0.01 水平(双侧)上显著相关

1. 个人因素、社会因素与专业认同度呈显著正相关

研究结果表明，学生在专业选择时越注重自己的能力、兴趣和特长，越全面地考虑该专业的就业情况，进入专业学习后对专业的认同度就越高。这是因为，当学生在选择专业时结合自身特质，综合考虑了该专业就业前景和工作环境，无疑会有利于专业学习，专业学习中的投入度也会越高，致使对专业越认同，而这种专业认同度的提高由有助于学生热爱所选专业，加倍投入到专业学习中，进一步提高对专业的认同，从而进入一个良性循环。

2. 学校因素与大类认同度呈显著正相关

学校因素与大类认同度的相关系数最高，学生在选择专业时越是充分评估所选专业的硬件和软件实力、综合竞争力和学风，越是较多地征求老师和高年级学生的建议，进入专业后就越认同大一这一年的大类培养。这样的学生进入专业学习后往往会对专业教育的接受程度较高，对专业的认同度也会较高。觉得大一的这一年提供了很多基础学习时间，给自己充分了解专业的机会，致使自己进入了最契

合的专业，因此对大类培养模式的认同度也较高。

3. 社会因素与大类认同度呈显著负相关

这是所有 4 个影响因素与认同度的相关性检验中唯一为负相关的结果，说明学生专业选择时越是重视专业的就业率和工作岗位等特性，对大类培养模式的认同度越低。这可能是因为重视就业的学生对大学学习的目的性会比较明确，而现在的就业单位不管是招聘实习生还是正式岗位都会有明确的专业要求。这些学生更加希望早日接触专业教育，因为早日掌握专业技能就能早日通过专业实习等方式了解未来的就业情况，大一这一年的通识教育阶段，让这些学生不能产生很好的专业归属感，因此对大类培养的认同度不高。

三、结论和建议

(一)“大类招生，分流培养”模式有利于人才培养

“大类招生，分流培养”这一人才培养模式总体上得到了经济管理类学生的认同，浙江理工大学经济管理学院对这一人才培养模式的实践取得了较好

的效果。“基础+专业”的大类教学方案设计,能够让大部分学生在第一年或第二年的通识教育阶段更好地理解学科基础和背景,不仅培养和塑造了学习能力、学习思维,有助于科学地进行专业选择,也帮助学生在通识教育后更快融入专业教育提供便利,使专业学习素养得到强化,专业认同度大大提高。相应的,对专业认同度的提高也会进一步提升对大类培养这一模式的认同。因此,相比于传统的按专业入学,大类招生模式更受到同学们的喜爱和拥护。

但研究结果显示,这种认同在大二学生和部分专业上仍有待提升,大类招生的目的是使学生基于较多的专业认识来选择专业,但大类通识教育的时间也仅有1年或2年时间,因此必须让学生意识到专业认识的必要性和时间的紧迫性。在这过程中,学校应发挥重要作用,积极引导更为主动地去确认不同学科间的区别,以寻找更适合自己的专业。目前经管学院主要是通过专业导论课程和专业分流宣讲两种方式向学生介绍专业,但是这些内容还不足以让学生充分了解专业,尤其是很多学生即使对专业有所了解,但是也不清楚自己适合哪一个专业。因此,学校和学院应该对大一的学生设置一些专业教师讲座、高年级学生交流、个性/人格测试等环节,使得学生能够进入最适合的专业。

(二)学生在专业分流时会综合分析个人、社会、学校和家庭因素

个人因素和社会因素是影响学生专业选择的主要因素,学校因素和家庭因素是影响学生专业选择的次要因素。学生选择专业时会综合评判个人特质和社会需求来选择,兼顾专业对自己的吸引力,听取相关人员的建议,从而做出较为科学和理性的选择。

在学生进行专业选择前,学校、社会、家庭三方面应有效地配合,促使更好地培养大学生。从学校角度,学校可以充分运用一些人才测评软件,给学生提供全面认识自己和分析自己特点的机会,帮助更好地针对个人因素选择适合的专业;学校在专业设置时也应该充分调查市场需求,并将相应的就业数据向大一学生公布,也可以有计划的让各个专业安排毕业生和高年级在校生给大一学生进行讲座,让学生有更多的了解专业的机会;社会应该及时的对每年大学生就业率、专业热度做出调研和结果的公示,在不同渠道对各个专业的性质和特点详细介绍,方便学生接触最新最全的信息,适当情况下还可以与个别院校合作,结合社会背景对专业的发展和前景做出预估讲解;家庭角度,父母是孩子从小的成长榜样,

对子女教育上更负有责任和义务,在给予孩子指导和建议,帮助做出更好的专业选择的同时,不应该干涉和限制专业选择,影响其个性上和专业的吻合。

(三)尊重大学专业选择意愿,充分提升学生专业认同度

专业认同度意味着积极学习态度和高效学习成果,专业认同度搞有助于促进“学为所用”的就业倾向,减少人才资源的浪费,因此不论是从个人、学校还是社会角度,都应极大地促进高等教育尽量学有所用。根据现有研究,学生对专业选择的各类因素进行综合评估有助于提升专业认同度,分析个人因素和社会因素有利于正向提升专业认同度,考虑学校因素能促进大类认同度的提升。大学生应当有主动、科学的专业选择态度,抓住学校大类招生所给予的1~2年考虑时间,充分利用已有的专业数据和学科资料,结合自身特质、社会就业和经济等角度,选择能为之坚持的专业学科并在此基础上扎根扩展,实现该专业以及对应职业的发展。

学校和专业的软硬件实力、综合竞争力、学习氛围等因素,是大学生在专业选择时的重要考虑因素,为提升大学生对大类招生的认同度,学校应在重点发展优势学科的同时也提升劣势专业的教学资源。从当前分流形式来看,由于每个细分专业有名额限制,所以在个人意愿的基础上,根据学生前1至2学期的学习绩点为分流标准,结果难免会出现个别同学被强制更替到非意愿专业,这些非意愿专业往往存在学风较差,教学资源偏弱的特点,所以学校更应该坚持分流不限名额的原则,保证各专业资源、办学条件齐头并进,让学生在相同水平的教育上,选择更契合的专业,从而提升大学生对大类招生的认同度。再者,目前学院、学校内的跨专业体系不够全面,仅少数同学可以占用跨专业名额,跨“类”选择专业仍有较多限制,为充分发挥专业选择和专业认同的正向影响力,学校可考虑打破这一壁垒,降低专业调整的限制和条件,实现充分的专业选择自由权,以更好地提升专业认同度。

四、结 语

充分分析社会就业、劳动力需求等社会因素,无疑能提升大学生对各自专业前景的认识,有助于提升专业认同。但部分专业到大三才进行分流,一定程度上也延迟了接触专业知识的期限,导致学生由于没有相应的专业知识而无法实习,而且完全依靠后2年的学习来消化庞大的专业知识,会使大学生

压力重大。专业知识学习不充分,与社会对专业知识的强调不匹配,可能会影响学生的就业和实际工作的开展。这种情况下,学校需要结合学科特点,尽量采取大一结束进行专业分流。然后针对那些大一时期对专业认识有误,专业分流后发现自己并不适合该专业的学生,通过“转专业”方式实现多次分流,尽量使更多的学生进入最为匹配的专业,充分提升学生对专业的认同度,真正实现“大类招生,专业分流”培养模式的目标。

参考文献:

- [1] 樊明成. 我国大学生选择专业的影响因素[J]. 现代教育管理, 2013(1):113-117.
- [2] 贺雅桔. 经济管理类专业课程的应用性调查及其思考[J]. 现代大学教育, 2007(1):107-109.
- [3] 胡忠华. 四川省护理本科生专业认同调查分析[D]. 成都:四川大学, 2007.
- [4] 樊明成, 陈小伟. 中国大学生专业选择调查之基本分析[J]. 大学教育科学, 2009(3):91-96.

Empirical Research on the Relation Between Major Selection and Major Identity: in the Mode of Specialty-Free Enrollment and Classified Training

WANG Ping, WANG Lin

(School of Economic & Management, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou, 310018, China)

Abstract: In this study, 318 sophomores and junior students from nine majors of School of Economic and Management, Zhejiang Sci-Tech University were investigated. It is found that both major identity and specialty-free enrollment identity are high under the mode background of “specialty-free enrollment, classified training”. The four influencing factors of major selection listed by importance are society, individual, family and school. Besides, the individual factor is positively correlated with major identity, and the school factor is positively correlated with specialty-free enrollment identity. the social factor is positively correlated with major identity and negatively correlated with specialty-free enrollment identity.

Key words: specialty-free enrollment; major selection; major identity; economic management

(责任编辑: 钱一鹤)