

Д. Дрожжина,
аналитик проектно-учебной лаборатории
«Развитие университетов» НИУ ВШЭ

Подходы к исследованию выпускников: зарубежный опыт

Аннотация. *Исследования выпускников высших учебных заведений становятся нормой для многих стран, хотя в России такие исследования пока не получили широкого распространения — они носят локальный характер и реализуются на уровне отдельных вузов. Однако в последнее время ощущается потребность в развитии подобных исследований. Выпускники вузов являются своеобразным «продуктом» высшего образования, соответственно, они могут выступить в качестве индикаторов различных процессов, происходящих в данной сфере. Интерес, проявляемый к информации о выпускниках вузов, делает их важным объектом для изучения. А разнородность информации, которую запрашивают различные группы (абитуриенты, работодатели, вузы, государство), порождает необходимость более подробного изучения подходов к исследованию выпускников. Информация о выпускниках является показателем престижа вуза; она дает возможность оценить эффективность образовательных программ; на ее основе формируются представления о компетенциях выпускников и их соответствии запросам рынка труда. Информация о выпускниках вузов вносит значимый вклад в формирование как политики отдельных вузов, так и образовательной политики государства. В данном обзоре обобщен опыт западных стран и представлены различные подходы к исследованию выпускников, которые могут быть полезны при обсуждении развития данного исследовательского направления в России.*

Ключевые слова: выпускники, типология, опросы, западный опыт.

Введение

Зачем изучать выпускников высших учебных заведений? Ведь после выпуска они больше не являются участниками образовательного процесса, не погружены в вузовскую среду. На первый взгляд может показаться, что исследование выпускников не представляет интереса, так как они уже вышли за пределы университета и не принимают непосредственного участия в его функционировании. Однако эта особенность выпускников — причастность к жизни университета (хотя и косвенная) и одновременно нахождение за пределами вузовской среды — делает их крайне интересным объектом для изучения со стороны различных групп, в частности, со стороны

самых вузов. Студент, вышедший из стен вуза, фактически является «продуктом» учебного заведения, обладающего рядом характеристик, по которым можно судить о качестве полученного им образования как на микроуровне (уровне конкретного вуза), так и на макроуровне (на уровне государства).

В действительности в информации о выпускниках вузов заинтересованы самые разные группы. Во-первых, родители и абитуриенты хотят иметь информацию о трудоустройстве и занятости выпускников вуза, в который планируют подавать документы, а также о возможностях карьерного роста по окончании данного учебного заведения. Во-вторых, сами вузы заинтересованы в получении информации о выпускниках с целью усовершенствования своих образовательных программ, а также принятия различных административных и управленческих решений. Выпускники могут служить для вуза источниками информации об актуальных тенденциях на рынке труда. На основании полученной информации учебное заведение может принимать решения о внесении изменений в образовательный процесс. В-третьих, работодатели проявляют интерес к выпускникам, обладающим определенными знаниями и навыками для успешного функционирования на рынке труда. И наконец, информация о выпускниках представляет огромный интерес для государства в целом. Выпускники — именно те люди, которые преодолели все ступени образовательного процесса и получили диплом, свидетельствующий о приобретенных ими знаниях и навыках. Основываясь на их оценках, можно составить представление о проблемах, имеющихся в образовательной системе. О них также могут косвенно свидетельствовать и показатели процесса поиска работы выпускниками. Полученные статистические данные о выпускниках могут служить основой для принятия решений об изменении образовательной политики даже на национальном уровне.

Такой разносторонний интерес к информации о выпускниках вузов делает вполне обоснованным рост в последние годы числа посвященных им исследований, главным образом, проводимых за рубежом. Опыт разных стран показывает, что наиболее продолжительную традицию исследований выпускников имеют США: первые опросы в кампусах датируются 1930-ми годами [Brennan et al., 2005], когда Сиракузский

университет и Университет Миннесоты разработали первые лонгитюдные исследования выпускников, посвященные изучению их опыта в период Великой депрессии и Второй мировой войны. Расцвет исследований приходится на 1960-е годы, когда опросы «становятся нормой для многих больших университетов» [Ewell, 2005, p. 19] и охватывают набор различных сфер: от компетенций выпускников до их готовности участвовать в финансировании инициатив университетов.

Европейский опыт исследований выпускников отстает от США и исторически складывается в более поздние периоды. Так, в Германии первые опросы выпускников инициировались Университетом г. Кассель (1970-е годы). Появление такого рода исследований в Германии было связано с нефтяным кризисом и, как следствие, с переполненностью рынка труда квалифицированными безработными специалистами — выходцами из университетов [Schomburg, Teichler, 2005]. А в Испании традиция исследования выпускников начала складываться только в 1990-х годах, когда университеты осознали необходимость изучения взаимосвязи выпускников вузов и рынка труда в период кризиса и возросшей безработицы [Mora, Vidal, 2005].

В России исследования выпускников не получили еще широкого распространения. Если исследования и проводятся, то, как правило, по инициативе отдельных вузов; результаты не могут быть использованы для сопоставления между вузами в силу несистемного сбора данных, различий в методологии, а также закрытого характера получаемой информации (т.е. она используется только для внутренних целей вуза). Однако подобные исследования востребованы, и в них кроется огромный потенциал. Зарубежный опыт изучения выпускников дает представление о различных подходах и форматах исследования, которые позволяют получить разностороннюю информацию о выпускниках. Опыт западных стран, к которому хотелось бы обратиться в данной работе, может быть полезен для дальнейшего развития направления исследований выпускников в России.

На основе ряда работ подходы к проведению опросов выпускников условно можно разделить по следующим основаниям:

- тип информации, которую получают по результатам опроса [Cabrera et al., 2005];
- масштаб проведения опроса [Brennan et al., 2005; Ewell, 2005];
- продолжительность проведения опроса [Brennan et al., 2005].

Выделенные основания для разделения опросов выпускников достаточно условны в том плане, что зачастую они идут в комбинации друг с другом и не могут существовать изолированно. Далее мы остановимся на более детальном рассмотрении каждого из выделенных классов.

1. Классификация по типу информации, которую получают в результате опроса

Основная задача каждого исследования состоит в получении определенной информации о предмете своего интереса. Потому представляется важным начать именно с рассмотрения классификации американских исследователей [Cabrera et al., 2005], основанной на различных типах информации, которую можно получить в ходе исследования выпускников вузов.

При изучении выпускников проблема состоит в том, что информацию о них хотят получить разные социальные группы, и эта информация различна по своей природе. Например, результаты могут использоваться политиками, работодателями, абитуриентами и другими группами в соответствии с их интересами (совершенствование учебных программ, выбор вуза и т.п.). Таким образом, должны создаваться типы опросов, задачей которых является получение как можно более разносторонней информации о выпускниках, удовлетворяющей запросам «целевых» групп.

В работе американских исследователей [Ibid.] выделяются три подхода к изучению выпускников в США по типам получаемой в ходе опроса информации, и эти подходы условно соответствуют трем периодам становления и развития американской традиции опроса выпускников. Остановимся более подробно на рассмотрении каждого из них.

Первый подход: результаты обучения

В период с 1930 по 1970 г. исследователей в основном интересовало соответствие между полученным выпускниками образованием и их работой; интерес также представлял вопрос о соотношении трудоустройства выпускников и степени их удовлетворенности работой. Такой подход к опросам был нацелен на получение информации о *результатах, достигаемых выпускниками по окончании обучения*. Подход основывается на предпосылке, что «качество и эффективность работы учебного заведения могут быть измерены посредством мониторинга достижений выпускников в годы после получения диплома» [Ibid., p. 6]. В данном типе опросов задействуются такие показатели, как уровень дохода, профессиональный статус выпускника, удовлетворенность работой, вовлеченность в гражданскую и политическую активность и др. Подход также пытается учесть удовлетворенность полученным образованием, понять, как выпускники оценивают качество приобретенных навыков, насколько хорошо вузовская среда организована для подготовки специалистов, способных выйти на рынок труда.

Опросы, посвященные изучению результатов обучения, делятся на две категории:

- *Изучение достижений выпускников*. В качестве индикаторов выступают мнение выпускников

по поводу трудоустройства, мнение работодателей о выпускниках вузов, а также мнение обеих указанных групп об образовании, которое предоставляет вуз. Данные о достижениях выпускников могут использоваться в качестве подтверждения эффективности образовательных программ, а также служить основанием для внедрения изменений в образовательный процесс [Murray, 1994].

- **Гражданская и общественная активность.** Оценка вовлеченности выпускников в гражданскую и социальную деятельность — достаточно новое направление в опросах. Возросший интерес к социальной и гражданской активности вызван ее спадом в США. Поэтому исследователей заинтересовал вопрос, какую роль играют вузы в воспитании гражданской позиции студентов и как они влияют на вероятность участия выпускников в различных видах социальной активности. В качестве индикаторов вовлеченности выступают участие в волонтерских программах и деятельность в общественных организациях, оценка склонности к участию в президентских выборах, а также ряд других социальных, экономических и политических параметров, которые отражают позицию выпускника в отношении общественной активности. Наиболее ярким примером исследований в этой области является работа «The Shape of the River» [Bok, Bowen, 1998], в которой изучается вероятность участия выпускников различных вузов в гражданской и общественной деятельности. Анализ основывался на данных двух когорт выпускников (1976 и 1989 гг. выпуска) и охватывал 28 высших учебных заведений с высоким проходным баллом.

Данные, полученные в ходе опросов такого типа, как правило, представляют наибольший интерес для абитуриентов и их родителей. Ряд работ (например, [Paulsen, 1990; Higher Education Research Institute, 2003]) указывает на то, что престиж учебного заведения и статистика трудоустройства выпускников — это ключевые факторы, влияющие на выбор вуза абитуриентами. Другой важной целевой группой являются управленцы и административный персонал, которые принимают решение о внесении изменений в учебные программы. Информация о результатах обучения может быть использована для проведения реформ в отношении учебного плана, служб занятости и подразделений, отвечающих за оказание консультационных услуг [Murray, 1994].

Минусы данного исследовательского подхода, сфокусированного на результатах обучения, заключаются в следующем:

- Во-первых, восприятие результатов обучения может меняться с течением времени. Например, по прошествии нескольких лет выпускни-

ки могут более критично оценивать эффекты от образовательного процесса, чем в первый год после окончания вуза [Pike, 1993].

- Во-вторых, восприятие результатов обучения варьируется в зависимости от текущих карьерных достижений выпускников. Так, выпускники, удовлетворенные своей работой на момент опроса, могут положительно оценивать знания, полученные ими на выходе из вуза, тогда как неудовлетворенные выпускники могут давать в большей степени негативные оценки, за счет чего происходит смещение [Pike, 1994].

Второй подход: вовлеченность и компетенции

Начиная с 1980-х годов внимание исследователей переключается преимущественно на изучение компетенций выпускников и их вовлеченность в студенческую жизнь: *«Целью опросов такого типа было понимание того, какой эффект учебные заведения оказывают на развитие навыков критического мышления, а также на развитие профессиональных навыков и опыта межличностного взаимодействия у своих выпускников»* [Cabrera et al., 2005, p. 5]. Существуют как минимум два блока вопросов, на которые пытаются найти ответ такие исследования. Первый связан со стремлением понять природу и сущность опыта, получаемого выпускниками в вузах. Второй отсылает к попытке выяснить, в какой мере развиваемые в вузе компетенции применяются выпускниками на рынке труда.

Вовлеченность в университетскую жизнь

В основном исследования данного типа посвящены изучению студентов и их опыта участия в университетской жизни. Однако ряд авторов [Pike, 1993; Volkwein, 2002] включают вопросы о студенческой вовлеченности в исследования выпускников, чтобы постфактум узнать их впечатления об участии в университетской жизни. В качестве основных индикаторов в опросах данного типа выступают вовлеченность в жизнь факультета, взаимодействие со сверстниками, представление выпускника об эффективных методах преподавания, вовлеченность при выполнении различных заданий и интенсивность усилий, которые выпускники прикладывали при выполнении работы [Kuh et al., 1997]. Результаты исследований вовлеченности представляют интерес для тех, кто стремится понять, как практики, усваиваемые в вузовской среде, преобразуются в опыт и успех выпускников. Получение информации о вовлеченности является достаточно редким явлением в опросах выпускников, однако, по мнению авторов классификации, имеет право на самостоятельное существование.

Опросы, связанные с вовлеченностью, сопряжены с несколькими методологическими трудностями.

Первая сложность состоит в невозможности описать все индикаторы вовлеченности в университетскую жизнь. Вторая заключается в степени доверия, с которой мы можем полагаться на результаты, полученные по выделенным индикаторам. И третья трудность касается получения информации о вовлеченности выпускников в студенческую жизнь после окончания ими университета, когда они уже вырваны из вузовской среды. При этом студенты предоставляют более актуальную информацию о вовлеченности, так как непосредственно переживают различные опыты «здесь и сейчас».

Компетенции выпускников

Опросы, посвященные изучению компетенций, имеют дело со знаниями и навыками, полученными выпускниками в ходе обучения, а также с тем, как они применяют эти знания и навыки на практике. Компетенции представляют интерес для исследования, так как являются индикаторами образовательных стандартов. Опросы позволяют выявить, реализуются ли эти стандарты на практике. Результаты опросов, посвященных изучению компетенций, представляют интерес для управленцев и административного персонала, а также для работодателей, заинтересованных в наборе выпускников с определенными знаниями и навыками [Cabrera et al., 2005]. При проведении опросов, связанных с изучением компетенций, возникает следующее существенное ограничение: представляется сложным отделить компетенции, полученные в вузе, от тех, которые могли быть приобретены выпускниками после завершения обучения [Pascarella, 2001].

Третий подход: спонсорство

С 1980-х годов по настоящее время одной из наиболее интересующих исследователей тем является спонсорство и поддержка вузов со стороны выпускников [Cabrera et al., 2005]. Начиная с 1978 г. в США происходит снижение объемов финансирования вузов со стороны государства; они становятся вынужденными искать дополнительные источники финансирования. В качестве таковых выступили заказы внешних организаций на проведение вузами целевых исследований, платное обучение, а также спонсорская помощь, оказываемая вузу выпускниками.

Выпускники являются для западных (прежде всего, американских) вузов крайне значимым источником финансирования. Поэтому исследователи заинтересованы в изучении мотивов участия выпускников в работе Ассоциаций выпускников и финансировании различных вузовских инициатив, а также способов привлечения и удержания выпускников-инвесторов. От участия выпускников в финансировании инициатив университета выгоду получают обе стороны: и вузы, у которых появляются деньги, и выпускники,

которые приобретают определенный статус в обществе [Ibid.].

Наиболее значимыми индикаторами в подобных исследованиях выступают наличие у выпускников финансовых ресурсов, пол, возраст, доход, история карьеры и успеха, участие в работе коммерческих и некоммерческих организаций, награды, достижения и т.д.

Результаты, получаемые в ходе исследований спонсорства, в основном представляют интерес для руководителей и управленцев, которые занимаются вопросами поддержания университета и его финансирования. Выводы исследований помогают руководителям университетов найти наиболее перспективных спонсоров для вуза, которые в большей степени заинтересованы в его развитии, а также реализовывать программы по привлечению выпускников и взаимодействию с выпускниками.

В отличие от остальных подходов, изучение спонсорства имеет крайне незначительные ограничения. Первое связано с получаемой информацией, которая по своей природе достаточно сензитивна. Второе касается необходимости более деликатного и личного подхода (проведение интервью) при поиске спонсоров и добровольцев, желающих содействовать развитию вуза.

2. Классификация исследований по масштабу проведения

Помимо классификации опросов выпускников по критерию их содержательной составляющей (т.е. информации, которую можно получить в ходе опроса), зарубежные исследования уделяют внимание также классификации опросов по масштабу их проведения. Исследователи из Великобритании предлагают выделять следующие типы опросов по охвату [Brennan et al., 2005]:

- официальные национальные опросы;
- опросы, организуемые самими вузами для реализации собственных целей;
- академические исследования выпускников вузов.

Стоит оговориться, что различные основания для классификации опросов не исключают возможности пересечения их элементов. К примеру, опросы, информационная составляющая которых сводится к получению знания о компетенциях выпускников, по охвату могут быть национальными. Далее более подробно остановимся на рассмотрении классификации, положенной в основу данного раздела.

Первый тип охвата: национальные опросы

Такие опросы (например, в Великобритании и США) проводятся одновременно среди выпускников различных вузов страны спустя шесть месяцев после

получения ими диплома о высшем образовании. Цель национальных опросов состоит в сборе сопоставимых статистических данных о выпускниках разных вузов. Опросы такого типа направлены на получение данных о «*трудоустроенности выпускников, а также об их образовательном статусе (занятые, продолжающие обучение, безработные, и если занятые, то у какого работодателя и по какой специальности)*» [Brennan et al., 2005, p. 86]. Результаты опросов после анализа оформляются в статистические сборники и публикуются в открытом доступе в Интернете¹. Данные национальных опросов используются для корректировки образовательной политики государства, принятия решений об объемах финансирования вузов [Brennan et al., 2005], а также в политических целях (поскольку выпускники являются гражданами страны, считается, что от их удовлетворенности полученным образованием зависит то, кому они отдадут свои голоса на выборах) [Ewell, 2005].

Национальные опросы, в свою очередь, могут также быть классифицированы по двум основаниям: по количеству этапов опроса и степени централизованности. Классификация опроса **по количеству этапов его проведения** тесно связана с размером территории государства. Соответственно, выделяют следующие типы опросов:

- **Одноуровневые опросы**, когда опрос охватывает одновременно территорию всего государства [Mora, Vidal, 2005]. Например, в европейских странах гораздо проще организовать унифицированный сбор данных сразу на территории всей страны, так как государства Западной Европы — относительно небольшие по площади, что позволяет контролировать сбор данных одновременно на разных уровнях и не разбивать его по времени и территориально.
- **Двухуровневые опросы**, когда опрос происходит одновременно на территории отдельно взятого штата/региона, а затем данные передаются на более высокий уровень [Ewell, 2005]. Такой тип опроса характерен для больших государств с развитым административно-территориальным делением. Например, в США принята система штатов, и в каждом из них находится много вузов. Гораздо легче организовать сбор данных сначала на уровне штата с последующей передачей данных на более высокий уровень.

По степени централизованности опросы подразделяют следующим образом [Ibid.]:

- **Централизованные опросы**, когда существуют единая методология и единые правила проведения опросов, предоставляемые штатам/регионам и вузам «сверху». Проведение та-

ких опросов контролируется государством. Предъявляемые к вузам требования (например, минимальное необходимое количество опрошенных выпускников) должны быть четко соблюдены. Такой тип опросов дает возможность получать сопоставимые данные. Однако очень жесткие требования к собираемым данным могут породить ряд трудностей. Под давлением вузы могут стремиться «подогнать» реальные данные под желаемый результат, который представил бы их учебное заведение в нужном свете. Например, они могут повторно опрашивать безработных студентов непосредственно перед сдачей статистических данных, пытаясь установить, не получили ли они работу. Однако они не будут опрашивать повторно занятых студентов, чтобы узнать, не потеряли ли они свое рабочее место, пополнив ряды безработных. В связи с этим на национальном уровне анализа могут появляться серьезные смещения в оценках занятости выпускников [Brennan et al., 2005].

- **Децентрализованные опросы**, когда государство дает лишь некоторые инструкции относительно информации, которую нужно получить о выпускниках, а методология и процедура проведения опроса разрабатываются либо на уровне самого учебного заведения, либо на уровне региона. В таком случае, с одной стороны, у исследователей больше свободы действий, и собираемые данные могут быть в большей степени приближены к реальности; с другой стороны, при сопоставлении полученных данных возникает сложность, связанная с различиями в методологиях опросов.

Национальные опросы имеют свои плюсы и минусы. Как уже упоминалось выше, большим плюсом национальных опросов является возможность сопоставления данных о выпускниках между штатами и отдельными вузами. Национальные опросы предоставляют данные макроуровня, которые позволяют получать целостную картину образовательной системы и сравнивать вузы, помогают выявить проблемы и принимать решения об изменениях в образовательной политике. Минусы состоят в том, что зачастую отсутствует контроль за соблюдением требований к сбору данных, сохранением единой методологии, и, как следствие, возникают трудности при сопоставлении данных; или же вузы оказываются неспособными соответствовать жестким требованиям, что подталкивает их к предоставлению «подгоняемых», а не действительных данных о выпускниках.

Существует также проблема со временем проведения опросов: шесть месяцев с момента выпуска, по мнению исследователей, — достаточно малый срок для трудоустройства выпускников. Это связано с тем, что первые полгода после выхода из стен универси-

¹ Например, Higher Education Statistic Agency в Великобритании: <<http://www.hesa.ac.uk/>>.

тета для выпускников наступает период «турбулентности», когда они находятся в поиске: устраиваются на временную работу, чтобы оценить свои силы, или пробуют себя в различных профессиях. Кроме того, многие выпускники могут продолжать обучение после окончания учебного заведения, т.е. принимают решение не покидать университетскую среду [Brennan et al., 2005]. Вторая проблема связана с тем, что подобные опросы «единоразовы» для каждого конкретного выпуска. Статичная картинка, получаемая по результатам единичного опроса, быстро устаревает и теряет свою актуальность. Судить по ней об отдале от высшего образования для выпускников, покинувших стены университета, представляется весьма проблематичным.

Второй тип охвата: опросы, проводимые вузами

Такие опросы для повышения качества образовательного процесса, как правило, финансируются средствами самих учебных заведений. *«Цель подобных опросов заключается в выяснении рода деятельности выпускников, а также того, как навыки, полученные ими в университете, влияют на карьерный рост выпускников»* [Brennan et al., 2001]. Данные таких опросов служат для внутренних целей вузов и не предоставляются в открытом доступе. В ряде западных стран подобные опросы, организуемые на уровне вузов, проводятся в дополнение к основному источнику информации, в качестве которого выступают национальные исследования выпускников.

Возникает вопрос: почему этот тип опросов воспринимается вузами как дополнительный источник информации, но не как полноценный, самостоятельный? Ведь данные, которые вузы получают от своих выпускников, проводя самостоятельные исследования, могут быть более полными и разносторонними, нежели данные, получаемые ежегодно по результатам применения единой методологии национального опроса. Сами вузы обосновывают такое отношение к рассматриваемому типу опросов выпускников следующим образом. Они считают, что данные национального опроса являются исчерпывающими в том смысле, что дают статистику о трудоустройстве выпускников вузов (несмотря на то, что национальный опрос не затрагивает вопросы удовлетворенности выпускников работой и соответствия полученного образования текущей профессии) [Brennan et al., 2005]. Также вузы ссылаются на то, что проведение собственных исследований является достаточно затратным мероприятием, и это может послужить причиной отказа от их реализации.

Хотя проведение самостоятельных опросов выпускников может требовать больших ресурсных затрат от вузов, исследователи [ibid.] указывают на то, что такая практика, тем не менее, существует. В це-

лом можно выделить три причины для проведения опросов выпускников силами самих вузов.

- Во-первых, у различных подразделений внутри вуза возникает потребность в сборе определенных данных о выпускниках для решения своих конкретных задач (при этом вуз не обязательно ведет систематический сбор данных о выпускниках, это могут быть разовые исследования).
- Во-вторых, в некоторых вузах существует традиция опроса выпускников с целью оценки качества различных курсов. Такие опросы помогают вузу сопоставить собственные данные с результатами национального исследования в отношении качества полученного выпускниками образования.
- В-третьих, существуют университеты, которые на регулярной основе проводят опросы и получают различные данные о выпускниках, изучаемые в динамике. Такие данные представляются важными для получения картины функционирования вуза и происходящих в нем изменений.

Вузы, которые проводят собственные опросы, называют несколько аргументов в пользу организации опросов выпускников силами внутренних исследовательских подразделений.

- Опросы дают возможность обогатить официальную информацию, предоставляемую различными подразделениями о бывших студентах.
- Они позволяют выяснить отношение выпускников к качеству преподавания и созданным для обучения условиям, а также получить их собственную оценку относительно полученного опыта, знаний и навыков.
- Полученные данные дают возможность выяснить, как приобретенные выпускниками знания влияют на их карьеру.

Большинство подобных исследований имеют краткосрочный характер; редкими являются лонгитюдные исследования из-за необходимости их постоянного финансирования и поддержания.

Третий тип охвата: академические исследования

Такие опросы не привязаны к определенной территории или учебному заведению; они объединяются не общностью места, а общностью сферы исследования. Например, для исследователей рынка представляет интерес отдача, получаемая выпускниками от инвестирования человеческого и экономического капитала в частные и государственные вузы [Chevalier, Conlon, 2003]. Результаты, полученные в ходе исследования, используются в образовательной политике для принятия решения о расширении численности студентов в той или иной области. Также результаты публикуются в СМИ, что позволяет абитуриентам и их

родителям принимать решение о выборе вуза для поступления.

Фокус внимания других исследователей сосредоточен на изучении различных типов вузов и их влияния на трудоустройство выпускников в зависимости от пола, социального класса, расы [Brennan, Shah, 2003]. Подобные исследования отражают специфику процесса поиска работы либо объективных характеристик работы, таких как заработная плата или необходимый для трудоустройства образовательный статус. Они изучают соответствие между работой и полученными выпускником знаниями и навыками, а также уделяют внимание компетенциям выпускников, востребованных работодателями. Академические исследования разнообразны по своей природе. Многие из них финансируются государственными структурами.

Академические исследования закладывают в свою основу масштабные репрезентативные выборки, которые включают выпускников, покинувших университет за два-три года до момента проведения исследования. Однако сложность академических исследований заключается в низком уровне откликов выпускников на предложение об участии в опросах [Elias et al., 1999]. Агрегированные данные также не позволяют представить в полной мере многообразие опыта, получаемого выпускниками в процессе обучения. Тем не менее академические исследования представляют интерес, они дают возможность углубиться в определенные сферы знания о выпускниках.

3. Классификация по систематичности проведения исследований

Опросы выпускников различаются не только по масштабам, но и по систематичности проведения. Данные опросы подразделяются на *краткосрочные* (разовые) и *долгосрочные* (лонгитюдные) [Brennan et al., 2005].

Краткосрочные (разовые) опросы, как правило, организуются по инициативе отдельных вузов для реализации собственных задач и проводятся спустя полгода после выпуска студента из учебного заведения. Минусы опросов этого типа состоят в следующем.

- По мнению исследователей, шесть месяцев после выпуска — слишком короткий срок для того, чтобы выпускник вышел на рынок труда и устроился на работу. Многие выпускники по окончании вуза в течение полугода определяются с выбором профессии, для этого посещают специальные курсы или просто занимаются поиском работы. Такая ситуация «нетрудоустроенности» негативно сказывается на статистических данных, получаемых вузами.
- Краткосрочные опросы имеют в своем основании различающиеся методологии в связи с

тем, что они разрабатываются разными вузами, и потому возникает проблема сопоставления данных.

Долгосрочные (лонгитюдные) опросы охватывают 3–4-летний период жизни выпускника после получения диплома о высшем образовании. Такие опросы, как правило, финансируются правительством, проводятся по единой методологии и дают возможность получать сопоставимые данные.

Заключение

Зарубежный исследовательский опыт показывает, что опросы выпускников становятся все более важным инструментом получения информации, необходимым для принятия образовательных решений разными группами населения. Культура проведения опросов имеет давнюю традицию в США. Европейские страны также постепенно формируют эту культуру с учетом запросов и требований собственной действительности.

Существуют разнообразные подходы к изучению выпускников: по систематичности проведения опроса, по охвату и по типу информации, планируемой получить в ходе опроса. Все эти подходы представляются крайне важными в понимании феномена выпускников вузов, и каждая из разновидностей опросов решает свои задачи, дает возможность различным группам получить определенные сигналы о состоянии образовательной системы и сделать верные выводы.

Так, опросы, в основе классификации которых заложены различные типы информации, являются таргетированными, т.е. нацеленными на предоставление конкретных сведений о выпускниках заинтересованной в них группе (абитуриентам, вузам, работодателям, государству).

Опросы, различающиеся по систематичности проведения, дают возможность получить представление о некотором явлении в конкретный момент (разовые исследования) или же отследить некоторую тенденцию путем проведения серии последовательных опросов с определенным интервалом (лонгитюдные исследования).

Опросы, различные по масштабу проведения, позволяют получить данные разной степени агрегированности: от «локальных», которые дают представление только об определенной сфере изучения или о конкретном вузе, до «глобальных», которые помогают оценивать какие-либо процессы в образовательной системе на уровне государства. Они различаются также по методологии и, соответственно, по степени сопоставимости данных. «Глобальные» опросы, как правило, исходят от государства, и данные собираются по единой методологии. Поэтому полученные в ходе них результаты могут сравниваться на уровне отдельных вузов, штатов, а также давать картину

состояния системы высшего образования по стране в целом. Результаты исследований «локального» характера, наоборот, трудносопоставимы, так как имеют в своем основании различные методологии проведения опроса, а также различные задачи, решаемые исследователями.

Культура проведения опросов выпускников в России сейчас еще недостаточно развита. Она носит скорее локальный характер и проводится на уровне отдельных вузов. В то же время потенциальная востребованность результатов подобных исследований различными группами довольно высока. Подходы к изучению выпускников в других странах, рассмотренные в данном обзоре, могут служить ценным руководством для развития и использования результатов исследований выпускников вузов в России.

Источники

Bok, D., Bowen W.G. The Shape of the River: Long-Term Consequences of Considering Race in College and University Admissions. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1998.

Brennan J. et al. The Employment of UK Graduates: Comparisons with Europe and Japan. Bristol: Higher Education Funding Council for England, 2001.

Brennan J., Shah T. Improving Employment Prospects for Graduates from Socially Disadvantaged Groups. Bristol: Higher Education Funding Council for England, 2003.

Brennan J., Williams R., Woodley A. Alumni Studies in the United Kingdom // New Directions for Institutional Research. 2005. P. 83–94.

Cabrera A.F., Weerts D.J., Zulick B.J. Making an Impact with Alumni Surveys // New Directions for Institutional Research. 2005. P. 5–17.

Chevalier A., Conlon G. Does It Pay to Attend a Prestigious University? Centre for the Economics of Education (CEE). Discussion Paper No. 33. 2003.

Elias P. et al. Moving on: Graduates' Careers Three Years after Graduation. Manchester: CSU Limited, 1999.

Ewell P.T. Alumni Studies As Instruments of Public Policy: The U.S. Experience // New Directions for Institutional Research. 2005. P. 19–29.

Higher Education Research Institute. Cooperative Institutional Research Program (CIRP). Freshman Survey Report. Los Angeles: University of California, 2003.

Kuh G.D., Vesper N., Connolly M.R., Pace R.C. College Student Experiences Questionnaire. Bloomington: Indiana University Center for Postsecondary Research and Planning, 1997.

Mora J.-G., Vidal J. The Emerging Uses of Alumni Research in Spain // New Directions for Institutional Research. 2005. P. 73–82.

Murray N. The Graduates Survey, Step by Step // Journal of Career Planning and Employment. 1994. Vol. 54. No. 2. P. 36–39, 62–64.

Pascarella E.T. Identifying Excellence in Undergraduate Education: Are We Even Close? // Change. 2001. Vol. 33. No. 3. P. 18–23.

Paulsen M.B. College Choice: Understanding Student Enrollment Behavior. Washington, DC: ERIC Clearinghouse on Higher Education and George Washington University, 1990.

Pike G.R. The Relationship between Alumni Satisfaction and Work Experiences // Research in Higher Education. 1994. Vol. 35. No. 1. P. 105–124.

Pike G.R. The Relationship between Perceived Learning and Satisfaction in College: An Alternative View // Research in Higher Education. 1993. Vol. 34. P. 23–40.

Schomburg H., Teichler U. Increasing Potentials of Alumni Research for Curriculum Reforms: Some Experiences from a German Research Institute // New Directions for Institutional Research. 2005. P. 31–48.

Volkwein F.V. Value of Alumni Studies // NCTLA Assessment Institute Resource Notebook. State College, PA: Penn State University, 2002.