

УДК 303.1+378.1

МЕТОДИКА ИЗУЧЕНИЯ МНЕНИЯ ОБЩЕСТВА В ОТНОШЕНИИ АКАДЕМИЧЕСКОГО РАНЖИРОВАНИЯ ВУЗОВ

Мамырханова А.М., Абылгазина А.Е.

*Национальная академия образования им. И. Алтынсарина МОН РК,
Астана, e-mail: aimen1961@mail.ru*

В статье поднимаются актуальные вопросы академического ранжирования вузов, которое представляет собой рыночную перспективу вузов, что может быть полезным в работе государственных ведомств, органов аккредитации и независимых оценочных агентств, Берлинские принципы ранжирования вузов, в которые входят цели и задачи ранжирования, основы разработки показателей и их весов, общие подходы к сбору и обработке данных, а также очерчивают рамки презентации результатов ранжирования. Главной целью ранжирования является предоставление всем заинтересованным лицам информации о том, в каких вузах и по какой специальности проводится наиболее качественное обучение студентов. Так как качественное образование – это залог успешного развития личности, а развитие личности – залог развития общества и государства в целом. Особо следует подчеркнуть, что применяемые в Казахстане пять критериев академического ранжирования нацеливают вузы на системную работу по формированию качественного студенческого контингента и профессорско-преподавательского состава, по поиску дополнительных источников доходной части бюджета, на конкретные аспекты международного сотрудничества и работы с выпускниками, в том числе с работодателями, а также на поощрение преподавателей и научных сотрудников публиковать результаты исследований в престижных журналах.

Ключевые слова: оценка качества образования, рейтинг, академическое ранжирование, репрезентативность, вуз, студенты, работодатели

METHOD ATTITUDE SURVEY COMPANY IN RELATION TO ACADEMIC RANKING SCHOOLS

Mamyrkhanova A.M., Abylgazina A.E.

*The National Academy of Education named after Y. Altynsarin, Ministry of Education
and Science of the Republic of Kazakhstan, Astana, e-mail: aimen1961@mail.ru*

The article describes topical issues of academic ranking of universities, which represent the universities market prospects. This question could be useful in the work of government agencies, accrediting bodies and independent evaluation agencies. The Berlin principles of universities ranking include goals and objectives of ranking, basis indicators of development and their weights, common approaches to data collection and processing, as well as outline the scope of the presentation of ranking results. The main purpose of the ranking is to provide for all interested parties information about the universities and in what major providing most high-quality students trainings. Quality education is the key to successful personal development, and personal development is a pledge of society development and state as whole. It should be emphasized that all 5 criteria of academic ranking of universities which applicable in Kazakhstan are targeting universities in the system work on searching for additional sources of budget revenues, formation of high-quality of student contingent and faculty members. Also targeting universities on specific aspects of international cooperation and working with alumni, or rather with their employers, as well as to encourage teachers and researches to publish research results in prestigious journals.

Keywords: the quality evaluation of education, rating, academic ranking, representativeness, high school, students, employers

Уровень конкурентоспособности страны во многом определяет высшее образование. Сегодня налицо всплеск интереса к сравнительным оценкам внутри национальных образовательных систем и вузов мира, к глобальным рейтингам университетов мира.

В настоящее время академическое ранжирование вузов становится популярным инструментом повышения качества образовательных программ высшего образования во всем мире. Результатами академического ранжирования вузов являются различного рода рейтинги: мировые, региональные и специализированные.

Агентства, осуществляющие ранжирование вузов, исходят из того, что рейтинги, составленные ими, являются источником информации для студентов и их родителей, руководителей и профессор-

ско-преподавательского состава вузов, представителей бизнеса, лицах, принимающим решения на национальном и международном уровнях. В то же время нет опубликованных сведений об изучении мнения общества в отношении академического ранжирования вузов.

Недостаточное знание рейтинговыми агентствами отношения общества к академическому ранжированию вузов чревато тем, что результаты ранжирования не будут востребованы обществом, так как не будут соответствовать его ожиданиям. Поэтому данная проблематика актуальна как в методологическом, так и в практическом плане.

Методика изучения мнения общества в отношении академического ранжирования вузов должна соответствовать известным методикам изучения общественного

мнения и одновременно учитывать специфику процесса академического ранжирования вузов.

Специфичность заключается в том, что при академическом ранжировании проводится не только опрос определенного сегмента общества, включающего в первую очередь профессорско-преподавательский состав вузов (опрос может и не проводиться), но и ряд других инструментариев.

К примеру, Институт высшего образования Шанхайского университета Джао Тонг «Shanghai Jiao Tong University», составляющий с 2003 года ежегодный академический рейтинг 500 ведущих университетов мира, называемый Academic Ranking of World Universities (ARWU), изучает официально опубликованные данные об университетах. А лаборатория Cybermetrics Центра информации и документации Национального исследовательского совета Испании берет исходную информацию только с сайтов вузов.

Огромное преимущество китайского и испанского глобальных рейтингов состоит в том, что не надо ни у кого запрашивать какие-либо данные, так как есть мировые доступные он-лайновые базы данных по нобелевским лауреатам, публикационной активности и цитируемости, университетским сайтам.

Необходимо учитывать и то, что пользователи рейтингов вузов имеют разные знания о высшем образовании и инструментах повышения его качества. Соответственно, при изучении их мнения нужно не забывать об этом.

Ранжирование вузов должно быть обоснованным, а качественные оценки под флагом рейтинга, когда они даются от имени некой общности, сообщества, предполагают особую тщательность, информационную обеспеченность, ответственность, осторожность, деликатность, осмотрительность. Право на такую деятельность надо заслужить и доказать, поскольку деление учебных заведений на «хорошие», «средние» и «плохие» затрагивает интересы не просто некой абстракции под названием «ВУЗ» или его администрации, но и всех сотрудников, студентов, выпускников и даже работодателей.

Например, как будут относиться работодатели к выпускникам вузов, которые вдруг попали в разряд «негативно оцениваемых профессиональным сообществом»? При этом работодатель, ознакомившийся с такой информацией в прессе или на сайте Интернета, скорее всего не будет вдаваться в такие тонкости, как: по каким критериям, кем и каким образом производилась оценка, обеспечивалась достоверность, репрезен-

тативность и т.д. Таковы уж свойства человеческого сознания, что многие люди верят печатному слову, а тем более высказанному от имени «независимого агентства» или социологической службы, растражированному многими изданиями.

Между тем давно известны научно обоснованные принципы ранжирования: достоверность, репрезентативность, достаточность информации, проверяемость, равноудаленность и компетентность составителей и экспертов. Есть международный опыт формулирования и изложения основных требований рейтингования вузов. Так, например, Европейский центр по высшему образованию ЮНЕСКО, Институт политики в области высшего образования создали Международную экспертную группу по ранжированию, которая сформулировала так называемые «Берлинские принципы ранжирования высших учебных заведений» (Берлин, май 2006 г.). Вот основные из них:

– «важно, чтобы составители рейтингов и таблиц несли ответственность за качество своего собственного сбора данных, методологии и распространения информации»;

– должны «служить одним из разнообразных подходов к оценке высшего образования на входе, контроля внутренних текущих процессов, а также оценке высшего образования на выходе»;

– «рейтинги могут обеспечить сравнительную информацию и лучшее понимание высшего образования, но они не должны быть главными методами оценки»;

– «признавать разнообразие учебных заведений и учитывать различие миссий и целей учебных заведений»;

– «необходимы неоднократные консультации с учебными заведениями, которые ранжируются, и с экспертами, которые обеспечивают информацию для процесса ранжирования»;

– «обеспечивать ясность относительно широты информационных источников для рейтингов и данных, которые предоставляет каждый источник. Релятивность результатов ранжирования зависит от целевых групп, получающих информацию, и от источников самой информации (таких, как базы данных, студенты, профессора, работодатели)»;

– «нужно знать о возможной предвзятости и быть аккуратным»;

– «выбор данных должен быть основан на признании способности каждого показателя представлять качество... Должно быть понятно, почему показатели были включены и что они, как предполагается, должны представлять»;

– «быть прозрачными в отношении методологии, используемой в рейтингах... Эта прозрачность должна включать расчет показателей, а также источник данных»;

– «четко выделять весовые коэффициенты, присваиваемые различным показателям»;

– «уделять должное внимание этическим стандартам»;

– «ответственные за сбор и исследование данных, а также те, кто обследует сами учебные заведения, должны быть как можно более объективны и беспристрастны»;

– «использовать, по возможности, подтвержденные и проверяемые данные..., включая тот факт, что с ними согласны учебные заведения»;

– «данные, полученные по нерепрезентативной или искаженной выборке, ... могут неточно представлять учебное заведение или программу и должны быть исключены»;

– «обеспечивать потребителям четкое понимание всех факторов, используемых при составлении рейтинга»;

– «составляться таким образом, чтобы исключать или сокращать ошибки в исходных данных»;

– «при правильном понимании и интерпретации они вносят вклад в определение «качества» высших учебных заведений».

Итак, какая цель преследуется, изучая отношение общества к академическому ранжированию вузов. Во-первых, выясняется важность критериев и показателей ранжирования, выбранных агентством. Во-вторых, выявляются общественные ожидания от академического ранжирования. В-третьих, устанавливается соответствие результатов ранжирования ожиданиям общества или удовлетворенность общества проведенным академическим ранжированием вузов. В-четвертых, устраняются ошибки или недочеты, допущенные при проведении ранжирования вузов.

При составлении рейтинга необходимо четко представлять себе, для кого он предназначен. Именно аудитория-цель, в конечном итоге, определяет вид рейтинга и способ представления результатов.

Как правило, основными потребителями рейтингов являются абитуриенты, желающие выбрать для себя университет и программу. И, разумеется, сами университеты являются потребителями рейтингов. При этом университеты нуждаются в подробной и многогранной информации. Очевидно, необходимо найти оптимальное соотношение, чтобы удовлетворить эти зачастую противоречивые ожидания. Ориентация на целевую потребительскую группу определяет концепцию рейтинга, показатели и способ представления результатов.

Выбор показателей имеет решающее значение при подготовке рейтинга. При этом важно понимать, что пригодность показателей во многом зависит от специфики национальной системы образования. Поэтому в одном случае определенный показатель может быть исключительно важным, но в другом оказывается практически бессмысленным.

Поэтому при выборе показателей целесообразно руководствоваться общими соображениями действенности (действительно ли показатель характеризует тот аспект, который он должен характеризовать?), надежности (свободен ли показатель от погрешности?) и возможности сравнения (является ли показатель единственным образом вне зависимости от типа программы или вуза?).

В целом если показатель включается в рейтинг, то необходимо доказать его пригодность для достижения запланированных целей (например, на основе существующих данных или на основе данных, собранных разработчиками рейтинга), т.е. его действенность, надежность и возможность сравнения. Не так уж просто однозначно определить пригодность показателей – возможны противоречивые свидетельства и мнения.

Например, показатель ЕНТ абитуриентов. Этот показатель качества вуза в течение ряда лет критикуется, поскольку отражает уровень подготовки студентов до поступления в вуз, а никак не качество знаний, которые вуз дает студентам.

Однако есть и противоположное мнение, что это действенный, хотя и косвенный показатель качества вуза, поскольку «высококачественные» вузы привлекают наиболее одаренных абитуриентов. В качестве одного из способов оценки этой способности привлекать наиболее способных студентов предлагается показатель оценок абитуриентов на вступительных экзаменах.

Возможен и другой подход к подбору показателей – с точки зрения вложения, процесса и результатов. При прочих равных условиях предпочтение отдается показателям, описывающим процесс (т.е. качество преподавания) и результаты (например, успешность трудовой деятельности выпускников вуза).

Одним из самых распространенных методов перевода выбранных показателей в формат рейтингования является метод взвешивания и суммирования. Здесь каждому показателю присваивается вес в соответствии с придаваемой ему важностью, а затем все показатели суммируются с учетом весовых коэффициентов для получения итогового балла. В зависимости от числа показателей и присвоенных им весов один

из показателей может превалировать над остальными или несколько менее важных показателей могут перевесить один, но критически важный.

Для достижения вышеназванных целей необходимо сегментировать общество, так как различные группы общества имеют разные представления о высшем образовании и путях повышения качества высшего образования.

В принципе, общество можно разделить на 4 сегмента:

- абитуриенты и студенты;
- родители абитуриентов и студентов;
- преподаватели и руководители вузов;
- потенциальные работодатели для выпускников вузов.

При анализе результатов изучения мнения общества в отношении академического ранжирования вузов следует вводить весовые коэффициенты для различных сегментов общества в целевых направлениях. Так, при выяснении важности критериев и показателей академического ранжирования, вес мнения преподавателей и руководителей вузов должен быть наибольшим в связи с тем, что этот сегмент общества имеет более глубокие знания по данному вопросу.

Так же к известным методикам изучения общественного мнения можно отнести пресловый, почтовый и телефонный опросы.

Естественно, что основной массив информации должен быть получен из университетов. Поэтому в адрес отобранных вузов должны быть разосланы письма с опросными листами и инструкцией с указанием, как измерять показатели, запрашиваемые агентством.

Почтовый опрос – один из методов количественных исследований, заключающийся в рассылке анкет по заранее выбранным адресам и получении ответов по почте. При проведении почтового опроса стоит уделять особое внимание составлению Баз данных адресов, по которым будут разосланы анкеты. Лица, участвующие в опросе, должны репрезентировать изучаемую целевую группу, поэтому агентству необходимо всегда тщательно подходить к процессу формирования выборки.

Преимуществами данного метода являются:

- относительно низкая стоимость (почтовый опрос является одним из самых дешевых методов сбора информации);
- возможность использовать наглядные материалы;
- возможность получить ответы на сензитивные вопросы;
- легкость организации опроса (нет необходимости в подготовке большого штата

интервьюеров, упрощенная схема контроля над их работой);

- почтовый опрос позволяет опросить жителей самых отдаленных регионов, недоступных для проведения телефонных и личных опросов.

Отдельно стоит отметить, что обычно только с помощью почтового опроса можно изучить некоторые сложнодоступные аудитории. Примером такой аудитории может являться высокодоходная группа населения, проживающая в элитных жилых комплексах. Ввиду специфики аудитории наиболее результативным представляется использование данного вида опроса.

К недостаткам почтового опроса можно отнести:

- отсутствие у респондента возможности уточнить у интервьюера вопросы;

- низкий процент возврата анкет. Однако существуют исследовательские приемы, нивелирующие данный недостаток;

- смещение выборки – проблема «самовыборки», т.е. в почтовых опросах чаще участвуют лица, располагающие свободным временем и заинтересованные в теме опроса (молодежь, либо пенсионеры, либо домохозяйки и т.п.). Оценить смещение, ориентируясь на тему опроса, часто невозможно;

- значительные временные затраты.

Также при проведении академического ранжирования разрешается использовать публичные источники информации:

- официальные сайты вузов;
- годовые отчеты вузов;
- данные агентств, специализирующихся в сборе и обработке образовательной статистики;

- различные рейтинги, в которых фигурируют в том числе и оцениваемые университеты (например, рейтинг Топ-500 суперкомпьютеров мира);

- записи наукометрической БД Scopus;

- данные поисковой системы Google.

Современная методика ранжирования вузов Казахстана по специальностям бакалавриата полностью основана на Берлинских принципах определения рейтингов высших учебных заведений. Ранжирование проводится по следующим 5 критериям:

- 1) высокая концентрация талантливых студентов, преподавателей и исследователей;
- 2) изобилие ресурсов;
- 3) международное сотрудничество;
- 4) конкурентоспособность выпускников;
- 5) проведение передовых научных исследований.

Каждый из критериев, имеющий свой относительный вес, определяется одним или несколькими показателями.

Таким образом, для поднятия качества образования через академическое ранжирование под методикой расчета нового рейтинга понимается «комплексная характеристика, которая отражает общественное признание вуза. Признания можно добиться за счёт качественной учебной и научной деятельности, высокой квалификации преподавателей, востребованности выпускников на рынке труда и хорошего материально-технического обеспечения».

Список литературы

1. Берлинские принципы ранжирования высших учебных заведений. – Берлин, май 2006 г.
2. Джамил Салми. Создание университетов мирового класса / Джамил Салми; пер. с англ. – М.: Издательство «Весь Мир», 2009 – 132 с.
3. Искаков Б.М. Проектирование программ высшего образования: опыт Казахстана. Аккредитация в образовании. – 2013. – № 9. – С. 24–27.
4. Iskakov B. and Naim S. Design of educational programs focusing on learning outcomes. // Proceeding of the International conference on teaching and learning in education. «Behavior and social sciences». Malakka, 2013. – Vol. 3. – P. 621–626.
5. Каланова Ш.М., Бишимбаев В.К. Менеджмент качества в высшем образовании: учебное пособие – практико-ориентированная монография. – Астана: Издательство «Фолиант», 2006. – 476 с.
6. Шаханова Н.Ж., Мамырханова А.М. Академическое ранжирование как инструмент оценки качества: мировая практика и опыт Казахстана // Материалы междунар. науч-

но-метод. семинара «Система рейтинга вузов: национальная и мировая практика», г. Алматы, 19–20 марта 2010.

References

1. Berlinskii principy ranzhirovaniya visshih ycheblykh zavedenii. Berlin, mai 2006 g.
2. Dzhamil Salmi. Sozdanie yuniversitetov mirovogo klassa / Dzhamil Salmi: per. s ang. M.: Izdatelstvo «Ves Mir», 2009. 132 p.
3. Iskakov B.M. Proektirovanie program vysshego obrazovaniya: opyt Kazakhstan. Akkreditatsiya v obrazovanii. 2013. no. 9. pp. 24–27.
4. Iskakov B. and Naim S. Design of educational programs focusing on learning outcomes. // Proceeding of the International conference on teaching and learning in education. «Behavior and social sciences». Malakka, 2013. Vol. 3. pp. 621–626.
5. Kalanova Sh.M., Bishimbayev V.K. Menedzher kachestva v vysshem obrazovanii: uchebnoe posobie – praktikoorientirovannaya monografiya. Astana: Izdatelvo «Foliant», 2006. 476 p.
6. Shahanova N.ZH., Mamyrganova A.M. Akademicheskoe Ranzhирование kak instrumentocenki kechestva: mirovaya praktika I opyt Kazakhstana // Materialy mezhdun. Naychnometod. Seminara « Sistema reitinga vyzov: nacionalnaya I mirovayapraktika», Almaty, 19–20 mart 2010.

Рецензенты:

Шаханова Н.Ж., д.ф.н., доцент, директор департамента образовательных грантов, ОФ «БОТА», г. Алматы;

Искаков Б.М., д.ф.-м.н., профессор кафедры общей и теоретической физики Казахского национального технического университета имени К.И. Сатпаева, г. Алматы.

Работа поступила в редакцию 30.12.2014.