

AZ ALMAMATER KÖZÖSSÉGE SZOLGÁLATÁBAN¹

[DOI 10.35402/kek.2021.3.3](https://doi.org/10.35402/kek.2021.3.3)

Absztrakt

Az egyetem-alumni kapcsolatok a kontinentális országok, így Magyarország felsőoktatásában is új területnek számítanak. A végzeteknek kínált alumni szolgáltatások és tevékenységek képzési terület szerinti differenciálódására már találni példákat. A tanulmány a felsőoktatási alumni szolgáltatások sajátosságait a művészeti képzési területen belül mutatja be. Előbb egy hazai helyzetképet ad a művészeti egyetemek és a művészeti vagy művészetközvetítői képzéssel is rendelkező felsőoktatási intézmények alumni szolgáltatásairól, majd az európai mintákat veszi számba. Az elemzés során olyan specifikus, a művészeti pályán aktív alumniknak szóló szolgáltatások kerültek beazonosításra, amik célzottan támogatják ennek a közösségnek a szakmai pályáját. A mintákkal a magyar művészeti felsőoktatási képzés alumni szolgáltatásainak fejlesztését kívánja támogatni a tanulmány.

Abstract

The university-alumni relationship is a new field in most european countries, including Hungary. Examples already could be found for alumni services differentiated by course fields. This paper presents the specificity of alumni services on the field of art education. First I give a national benchmark about alumni activities of the higher education institutes of art, then I examine the european universities. As result of the analysis this paper identified special services directly for the art alumni community, especially in the field of career services. The patterns would like to support the development of alumni services in hungarian art higher education institutes.

¹ *Az almamater közössége szolgálatában: A művészeti képzést nyújtó felsőoktatási intézmények alumni szolgáltatásainak sajátosságai* – tanulmány, a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem doktori program keretében végzett kutatásból, Dr. Antalóczy Tímea, egyetemi docens témavezetésével.

A tanulmány célja bemutatni a felsőoktatási alumni szolgáltatások sajátosságait a művészeti képzési területen. Az angolszász gyökerekkel rendelkező alumni kultúra és azokhoz kapcsolódó egyetemi szolgáltatások gyakorlata, – azzal a ténnyel együtt, hogy az alumni kutatások száma egyre növekszik és az intézményi végzeteket célzó szolgáltatások körében is egyre színesebb példákat lehet találni – még mindig egy új, fejlesztendő terület, különösen Magyarországon. A legtöbb hazai egyetem² – mint például a művészeti egyetemek is – az alumni építkezés kezdeti fázisainál tart. Úgy vélem, hogy a jó egyetem-alumni kapcsolatok fontos tényezője, hogy az intézményi alumni szolgáltatásokban is megjelenjenek a terület specifikumait figyelembe vevő elemek. A tanulmány alapkérdése ebből fakad: milyen alumni szolgáltatásokat lehet beazonosítani a művészeti képzést nyújtó egyetemek esetében? Egyben azt is feltérképezem, hogy a művészeti képzést nyújtó felsőoktatási intézmények körében be lehet-e azonosítani olyanokat, amik specifikusan a területen végzeteknek szólnak és amik célzottan támogatják szakmai pályájukat. A kutatáshoz az intézmények alumni weboldalain elérhető információkra támaszkodom. Szisztematikusan gyűjtöm és rendszerezem egy előre fölállított szempontrendszer alapján az intézményi honlapok alumni oldalain található tartalmakat. Előbb a magyar művészeti képzést (is) nyújtó felsőoktatási intézményeket, majd az európai élménybe tartozókat elemzem. Összesen 99 egyetem került be a vizsgálati körbe.

Átfogó változások, az expanzió és következményei

Az utóbbi bő fél évszázad változásai mentén az oktatás és a kutatás missziói mellett megjelentek a felsőoktatási intézmények azon törekvései, melyek az egyetemeket körülvevő szűkebb és tágabb környezetükkel való kapcsolatot értelmezik újra. A felsőoktatási intézmények érintetti csoportjainak a köre hosszan sorolható, kapcsolatban állnak többek

² A tanulmányban az egyetem és a felsőoktatási intézmény szinonimaként szerepel, különbséget az írás itt nem tesz köztük.

között szakmai szervezetekkel, kutatóközpontokkal, cégekkel, más egyetemekkel. Tágabb értelemben pedig országuk, régiójuk, gazdasági és társadalmi környezetébe beágyazódva működnek (Király – Géring 2020). Az elmúlt évtizedekben a felsőoktatás színterén olyan jelentős változások mentek végbe, amik az intézmények valamennyi funkciójára hatással voltak. Az európai országok felsőoktatási rendszereiben ezen átalakulásokat kiváltó tényezők részben a felsőoktatáson kívül, részben a tágabb gazdasági-társadalmi környezetben belül jelentkeztek (Halász 2012). Alapvető változást hozott a hallgatói létszámempanzió, ami Nyugat-Európában a hatvanas évektől, Közép- és Kelet-Európában pedig 1990-től bekövetkező jelenség (Hrubos 2012). Ez a hallgatói és alumni szolgáltatásokra, valamint az egyetem-alumni kapcsolatra is hatással volt. A jelentős hallgatói létszámnövekedés a felsőoktatás eltömegesedését eredményezte (Hrubos 2014). A tömegesedés két szinten is zajlott: a bekerülők száma mellett a felsőoktatásba érkező hallgatói csoport összetétele is heterogénné vált. A különböző korosztályból, eltérő felkészültségi szintekkel és tapasztalatokkal a felsőoktatásba belépő hallgatók az intézményeket is újfajta feladat elé állították (Derényi 2012). A felsőoktatás társadalmi-gazdasági szerepe az empanzió következtében megváltozott. A tömegesedés nyomán és azzal párhuzamosan sokféle eltérő érdek jelent meg. Nem csupán a hallgatói igények változtak meg, hanem a munkaadók is más

elvárásokat állítottak az intézményekkel szemben (Duga 2015).

Az egyetemeknek más-más érintetti csoport igényeire kell reagálniuk. Mindezt a legközvetlenebb módon a harmadik misszióval szokták azonosítani (Király – Géring 2020). A felsőoktatás a rá ható új kihívások mentén, az oktatási és a kutatási tevékenységen túl, a regionális/helyi/közösségi/társadalmi elkötelezettségére is nagyobb hangsúlyt helyez. Az egyetemek áttérése a tömegoktatásra és az élet-hosszig tartó tanulás elterjedése azt az igényt is magával hozta, hogy a város munkaerőpiaci keresletére is reagáljanak. Az egyetemek így hidat képeznek a diplomások és a helyi munkaerőpiac között (Gál 2016). A fő figyelem azért az intézményi szintre irányul ebben a folyamatban, mert a társadalommal való tényleges találkozás ott valósul meg. Ideértve az intézményi kapcsolatrendszert, együttműködések, közös vállalkozásokat, a virtuális campust és mindezek kombinációját (Hrubos 2012a). Az intézmény kapcsolatrendszerének az alumni közösség is része. „A társadalmi szerepvállalásban a regionális beiskolázáshoz és a diplomás pályakezdekők megtartásához kötődő szolgáltatások (diplomás pályakövető rendszer, karrier- és alumni szolgáltatások) fontos szerepet töltenek be” (Gál 2016:226). A felsőoktatáshoz kapcsolt szolgáltatások megjelenése a kontinentális országokban új területnek számít, ellentétben az angolszász egyetemek gyakorlatával (Duga 2015).

1. táblázat: A hallgató-életív szakaszok főbb jellemzői (Forrás: Kuráth 2007:138)

Hallgató-életív szakaszok	Jellemzők	Főbb feladatok
1. Potenciális hallgatók	Azon csoportok, személyek tartoznak ide, akik felsőoktatási intézménybe szándékoznak jelentkezni a közeljövőben.	A csoportok feltérképezése, jellemzőik meghatározása, célcsoportok kijelölése, képzéskialakítás, kommunikáció.
2. Tényleges hallgatók		
Bent levő elsőéves hallgatók, vagy rövid képzések esetében bejövő hallgatók	A felsőoktatásba most vagy újra bekerülő hallgatók.	A beilleszkedés segítése, a tájékozódás könnyítése, a rendszer sajátosságainak megismerése.
Bent levő hallgatók	A felsőoktatásban részt vevő hallgatók.	Az ígért minőség állandó szinten tartása, elégedettség biztosítása.
Végzős hallgatók	A felsőoktatásból kikerülő hallgatók.	További életpályájukhoz segítségnyújtás, igény szerint az elhelyezkedés segítése karriertanácsadással, a továbbtanulás segítése.
3. Végzett hallgatók, lappangók, akik potenciális hallgatók, támogatók	A felsőoktatásból kikerültek, ők tanácsadókká, segítők, támogatókká, potenciális hallgatókká válhatnak/válnak.	Ígények feltérképezése, kapcsolattartás velük. Az „újraélesztés”, a visszatérés elérése a cél.

Hallgatói és alumni szolgáltatások a felsőoktatásban

A szolgáltatások köre az elmúlt évtizedekben folyamatosan bővült a felsőoktatásban. A klasszikusnak nevezett hallgatói szolgáltatások mellett, mint például az egyetemi ajándékboltok, megjelentek olyanok is, mint a kulturális és szabadidős lehetőségek. Az úgynevezett életútmenedzsment szolgáltatások már túlnyúlnak az aktív hallgatókon, elmosva az egyetem határait és így bevonva a felvételi előtt állókat és a végzetteket is (Majó 2009). A hallgatói életív szegmentáció már figyelembe veszi, hogy nem csak az aktív hallgatókkal való kapcsolat fontos tényező az intézmények életében. Három szakaszra bontja a hallgatói életívet (1. táblázat): a potenciális hallgatók, az aktív hallgatók és a végzettek (Kuráth 2007).

A hallgató-életív elnevezésbe ez esetben az aktív hallgatói státusz előtti, azaz a jelentkezés előtti és a végzés utáni csoportok is beletartoznak. A teljes hallgatói életív azonban alumni szempontból is roppant fontos, ugyanis a hallgatókból végzettek lesznek, akiknek az elégedettségi szintje befolyásolhatja a későbbi, az almamater irányába való elköteleződést (Kurtáh 2007). Természetesen az alumni sem kezelhető egyetlen homogén csoportként. Az egyetemek akkor tudnak klasztereket létrehozni, ha megismerik végzettjeik igényeit, motivációit. Az alumni közösség csoportjaira bontásának kézenfekvő és gyakran használt módja az almamater irányába való elkötelezettségi szint, az aktivitás szerinti besorolás (Pedro – de Costa Mendes – Pereira 2020). Azon intézmények, amelyek befektetnek a szolgáltatások fejlesztésébe, kritikusan ügyelnek a hallgatókra az egyetemmel való első érintkezéstől az öregdiákká válásig, azok sikeresebbek a hallgatói lemorzsolódás csökkentésében is (Ciobanu 2013). Mások úgy vélik: az, hogy a hallgatók hogyan érzik magukat a felsőoktatásban eltöltött éveik során, illetve az intézményük a saját szervezeti kultúrájával milyen értékrendet közvetít számukra, szintén fontos eleme a végzettek elégedettségének. A végzettek pozitív megítélése intézményükről kamatoztatható (Kürtösi – Hetessy 2008). Összegezve, az aktív, hallgatói évek során eltöltött idő alatt a tanórán kívüli tevékenységeknek, programoknak, a felsőoktatási intézményben elérhető kapcsolt szolgáltatásoknak szerepe van abban, hogy a végzést követően a volt hallgatók tartják-e az egyetemmel a kapcsolatot és részt vesznek-e az egyetem életében. Hazánkban a

sikeres alumni építkezés gátja, hogy az egyetemek a végzést követően kezdenek el foglalkozni volt hallgatóikkal. Már a beiskolázástól, az aktív hallgatói szakaszon át ügyelniük kellene rá, hogy vonzóvá tegyék az alumni közösségbe való tartozást és aktivitást is (Duga 2015).

Az alumni szolgáltatások fejlődésének útjai, az angolszász minta

A kontinentális országokban, kiváltképp Európa keleti felén az alumni rendszerek kialakítására és fejlesztésére csak a 21. század elején kezdtek el az intézmények nagyobb hangsúlyt fektetni. Az európai egyetemek nem mutatnak egységes képet az alumni tevékenységek és szolgáltatások kialakítása terén (Duga 2015). Az angolszász országok intézményei már sokkal az expanzió előtt figyelmet fordítottak a végzettekkel való kapcsolattartásra. A hallgatói tanácsadás kezdeteihez vezethető vissza az alumni szolgáltatások kialakulása is, egészen a 19. század végére az Egyesült Államokban és Nyugat-Európában. Európában elsőként Angliában, Oxfordban és Cambridge-ben indultak el alumni mozgalmak. A szolgáltatások és a technológia fejlődésével már az 1990-es évekre megjelent a nemzetközi alumni közösségek építésére való törekvés is, azaz az egyetem falain kívüli, virtuális csoportok jelentek meg, a kampuszon kívüli rendezvényekkel együtt. Az egyetemek már a szolgáltatások elindításának korai szakaszától kezdve, az évfolyamtalálkozók és egyéb szabadidős programokon kívül olyan szakmai rendezvényeket is szerveztek, mint állásbörze, workshop vagy karriertanácsadás (Duga 2015). Angliában a legtöbb karrierszolgáltatás az intézmények szervezeti keretein belül működik és tagolódik több szintre. A hallgatók elvárásai eltérőek egy több tudományágban oktató intézmény esetében, vagy egy karon, vagy akár egy speciális képzésben (Majó 2009).

Ahogy az angolszász intézmények Európa többi részéhez képest korábban elkezdtek alumni tevékenységekkel foglalkozni, úgy itt a II. világháború előttről származó hagyományok szinte folyamatosan tovább tudtak élni és fejlődni. A minták nyomán pedig Európa-szerte egyre több egyetem fordított figyelmet a végzettjeire (Derényi 2012). Duga (2015) két nagy csoportra bontotta Európa országait a felsőoktatási intézményeik alumni rendszerei szerint. Az egyik csoportba Nagy-Britanniát, valamint az észak- és nyugat-európai országokat

sorolta, míg a másik csoportba a dél-európai és kelet-közép-európai országokat. Rávilágított arra is, ami a második csoportba sorolt országok intézményeinek, ideértve Magyarországnak is a sajátossága, hogy ezen országok egyetemlein az alumni építkezés felülről irányított, intézményi szintről kezdődött meg. Az alumni szervezetek létrehozása hazánkban intézményi igény alapján történt, a mértékadó angolszász országok mintájára. A megkezdése előtt azonban nem vették figyelembe a hazai társadalmi és gazdasági sajátosságokat. Problémás pontként azonosította, hogy a végzett hallgatók igényeinek megismerésére nem készült átfogó vizsgálat, mindezek mellett a hazai intézmények esetében nincs erős identitástudat az egyetemükkel kapcsolatban. Az angolszász országokban ezzel ellentétben az erős intézményi identitástudat az alumni tevékenység alapját képezi (Duga 2015).

Az alumni tevékenységek és szolgáltatások jellemzői

Az egyetem-alumni kapcsolatok feltérképezésének egyik első lépése az intézmények által nyújtott, a végzettek célzó szolgáltatások és alumni tevékenységek körének a vizsgálata. Ez a megközelítés Európa legtöbb országában azért kézenfekvő, mert az alumni kultúra megteremtését, a végzettekkel való élethosszig tartó kapcsolat kiépítését jellemzően felülről, maguk az egyetemek kezdték el megszervezni. Különösen igaz ez a hazai alumni tevékenységekre, amik nem alulról jövő építkezés útján történtek, azaz nem maguk a hallgatók vagy az öregdiákok kezdeményezésére, hanem intézményi igények mentén (Duga 2015). Az egyetemek által nyújtott alumni szolgáltatások és tevékenységek beazonosításához jelen tanulmány az intézményi honlapok alumni menüpontjában található tartalmakat gyűjti össze és rendszerezi egy előre felállított szempontrendszer³ szerint. Fontos ezen a ponton megjegyezni, hogy az alumni honlapokon található információk nem mutatnak meg minden tény az adott intézményben történő alumni szolgáltatásokról. Számos, a külső szereplők által nem látható alumni tevékenységet is végezhet az egyetem, illetve annak egy szervezeti egysége, munkatársa. Mégis fontos

3 A szempontrendszer négy fő kategóriára osztható: az első az intézményi alumni honlapok strukturális jellemzői, a második a kapcsolattartást és adatbázist foglalja össze, a harmadik az adományozási lehetőséget nézi, a negyedik a szolgáltatások.

megvizsgálni, hogy mik azok a tartalmak, amiket az intézmények explicit formában a saját honlapjukon belül az alumni oldalukon szerepeltetnek.

A vizsgálati körbe bevont intézményeket két nagy csoportba osztva először a hazai, művészeti képzést is nyújtó felsőoktatási intézményeket vizsgáltam, majd az európai élmezőnybe tartozókat. A tanulmánynak nem célja a magyar és az európai példák összehasonlítása. A cél a megfogalmazott kutatási kérdés alapján a hazai helyzetkép feltárása és az európai minták keresése, a kiugró példák azonosítása.

Hazai helyzetkép

A hazai elemzéshez a vizsgált alapsokaságot a felvi.hu-n 2020 májusában elérhető adatok adták (Felvi, é.n.). A művészet és művészetközvetítés szakcsoportokba sorolt képzések alapján összesen 16 felsőoktatási intézményt azonosítottam, amik e két szakcsoportban indítanak képzéseket. Az intézményi átszervezések miatt ez a szám a tanulmány írásának időpontjában 15-re csökkent.⁴ A vizsgálati körben így szerepel az öt hazai művészeti egyetem és tíz további, művészeti vagy művészetközvetítői képzést is nyújtó felsőoktatási intézmény.

Az öt hazai művészeti egyetem⁵ intézményi honlapján kerestem dedikáltan a végzetteknek szóló oldalt. A vizsgált intézmények közül egyedül a Liszt Ferenc Zeneművészeti Egyetem rendelkezik a weblapján önálló alumni oldallal, ami rögtön az intézményi kezdőoldaltól elérhető. Az Egyetem az alumni adatbázisépítés fázisánál tart, alumni regisztrációt végez, valamint híres öregdiák-adatbázist működtet. A Liszt Ferenc Zeneművészeti Egyetemen kívül a többi művészeti egyetem honlapján nem érhető el alumni oldal. A Moholy-Nagy Művészeti Egyetem weblapján ugyanakkor megtalálhatóak a végzett hallgatók diplomamunkái 2008-ig visszamenőleg. A Magyar Képzőművészeti Egyetem oldalán szintén fellelhető egy adatbázis, melyben a volt és jelenlegi hallgatók kereshetők név, kezdés éve, vagy tanszék alapján.

4 A Szent István Egyetem Tájépítészeti és Településtervezési Kara és a Kaposvári Egyetem Rippl-Rónai Művészeti Kara egy intézménybe, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetembe tagozódott.

5 Liszt Ferenc Zeneművészeti Egyetem, Magyar Képzőművészeti Egyetem, Magyar Táncművészeti Egyetem, Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, Színház- és Filmművészeti Egyetem.

A további tíz hazai egyetem, amelyek művészeti képzést is nyújtanak, vegyesebb képet mutatnak az alumni tevékenységek terén. A tíz intézmény közül csupán egy, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, és annak intézetei,⁶ amely nem rendelkezik végzeteknek szóló almenüvel a weboldalán. A többi egyetem a honlapon megtalálható információk alapján mind végez valamilyen alumni tevékenységet, de egyiknél sem található olyan szolgáltatás, ami a művészeti vagy művészetközvetítői képzési területen végzeteknek nyújtana specifikus alternatívát. Két intézmény önálló alumni platformot is üzemeltet és hat intézmény működtet öregdiák adatbázist. Négy pedig külön, a honlapon kialakított híres öregdiákok adatbázist is vezet. A Pécsi Tudományegyetem a híres öregdiákok között szakterületek szerinti bontásban is megkülönbözteti az egyes tudományterületek diplomásait, így a művészetit is. A leggyakrabban előforduló elem az alumni aloldalakon a hírek megosztása, öregdiák magazin működtetése. Öt egyetem, azaz az intézmények 50 százalékánál megtalálható szolgáltatási elem a karrierszolgáltatás, mint a karriertanácsadás és az álláslehetőségek hirdetése. Négy intézmény rendez eseményeket öregdiákjai számára, jellemzően jubileumi diplomaosztókat, vagy szakmai előadásokat. Három intézménynél vehető igénybe alumni kártya, ami kedvezményekre jogosítja fel a birtokosát. Egy intézmény, az ELTE esetében képzési kedvezményt is kínál az egyetem végzettjei számára. Mentorprogram szintén egy egyetem esetében található, a honlapok alapján a Miskolci Egyetemenél. A Miskolci Egyetem ugyanakkor csak a külföldi végzeteknek szóló alumni aloldallal rendelkezik.

A hazai, művészeti képzést is nyújtó egyetemek 50 százaléka az alumni aloldalán lehetőséget biztosít a végzeteknek arra, hogy adományokat ajánljanak az almaterüknek. Magyarországon az intézményi szint kezdeményezésére szerveződő alumni közösségek oka között szerepel, hogy az angolszász mintát alapul véve a végzetektől remélt adományok egyetemre való áramlását várták a vezetők, a kieső források egy részének biztosítására (Duga 2015).

A vizsgált hazai művészeti felsőoktatási intézmények és művészeti vagy művészetközvetítői képzést is nyújtó egyetemek esetében a honlapok alapján talált információk szerint megállapítható, hogy a legtöbb egyetem az alumni építkezés kezdeti fázisánál tart. Adatbázist építenek, online és offline kommunikációs csatornákon híreket osztanak meg

végzettjeikkel és eseményeket szerveznek. Az összesen 15 vizsgált intézmény közül 10 rendelkezik önálló alumni aloldallal, azaz a vizsgált alapsokaság 67 százaléka. Ebből 5 esetben közvetlenül a főoldalról is elérhető. Ez azt mutatja, hogy van törekvés a végzetekkel való kapcsolattartásra és -építésre. Mindennek az első lépése a volt hallgatók elérése és a végzetek egymással való kapcsolattartásának elősegítése. Ezt felismerve, a vizsgált egyetemek 60 százaléka üzemeltet alumni adatbázist a honlapokon található információk alapján. Megállapítható, hogy az aluminnal való kapcsolattartás feltételeinek kiépítését a vizsgált körbe bevont egyetemek zöme elkezdte.

A 15 egyetem által nyújtott szolgáltatásokat a 2. táblázat mutatja be intézményi bontásban. Összesen hétféle alumni szolgáltatás különböztethető meg az itt megjelenített szolgáltatásokon belül. A leggyakrabban előforduló elem a honlapon az alumni magazin / alumni portrék, a karrierszolgáltatások és az események, valamint az alumni kedvezménykártya biztosítása a végzetek számára. Az élethosszig tartó tanulás ösztönzésére és támogatására a weboldalak alapján csak egy-egy intézménynél találni példát. Ilyen például a továbbképzés támogatása az ELTE esetében, amely során az öregdiákok bizonyos meghirdetett rövidtávú képzések, szakirányú képzések esetében kedvezményben részesülhetnek. Ugyanakkor ide sorolható a szakmai önkéntesség és mentorálás, amikor az alumni egy mentori szerepben tér vissza az intézménybe, hogy szakmai tanácsaival támogassa a hallgatókat. Az infrastrukturális szolgáltatások biztosítása körében az egyetemi könyvtár és a könyvtári szolgáltatások használatára találni példát.

A egyes képzési portfólióval rendelkező egyetemek esetében, amik egyéb képzések mellett művészeti vagy művészetközvetítői képzéseket is nyújtanak, a végzeteket célzó szolgáltatások körében színesebb kép rajzolódik ki, mint az öt művészeti egyetemenél. Képzési terület szerint szegmentált szolgáltatást azonban egyáltalán nem találni. Ugyanakkor a végzetek az egyetemi életbe való aktív bevonását célzó szolgáltatások egyelőre csupán egy-egy intézmény esetében azonosíthatók be példával. Az intézményi honlapok alapján a legszínesebb képet az alumni szolgáltatások és tevékenységek tekintetében az Eötvös Loránd Tudományegyetem mutatta. Itt található a legtöbb szolgáltatás és önálló alumni platformot is üzemeltet. Az áttekintett intézményi alumni honlapok alapján tehát számos jó gyakorlat

6 Tájékoztató, Településtervezési és Díszkertetési Intézet, Rippl-Rónai Művészeti Intézet.

2. táblázat: A hazai művészeti egyetemek és művészeti vagy művészetközvetítői képzést is nyújtó felsőoktatási intézmények alumni honlapjain található szolgáltatások típusai, fő kategóriái, intézmények szerinti bontásban (Forrás: Saját szerkesztés)

Budapesti Metropolitan Egyetem	Debreceni Egyetem	Eötvös Loránd Tudományegyetem	Eszterházy Károly Egyetem	Kodolányi János Egyetem
- karrierszolgáltatás	- karrierszolgáltatás - események - kedvezménykártya - alumni magazin/ portrék	- karrierszolgáltatás - infrastrukturális szolgáltatások - események - továbbképzés támogatása - kedvezménykártya - alumni magazin/ portrék	- események - alumni magazin/ portrék	- alumni magazin/ portrék
Liszt Ferenc Zeneművészeti Egyetem	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem	Magyar Képzőművészeti Egyetem	Magyar Táncművészeti Egyetem	Miskolci Egyetem
-	-	-	-	- karrierszolgáltatás - mentorálás/ önkéntesség - alumni magazin/ portrék
Moholy-Nagy Művészeti Egyetem	Pécsi Tudományegyetem	Soproni Egyetem	Szegedi Tudományegyetem	Színház- és Filmművészeti Egyetem
-	- események - kedvezménykártya - alumni magazin/ portrék	-	- karrierszolgáltatás	-

beazonosítható, de továbbra is kevés azon intézmények száma, amik széles körű alumni tevékenységet végeznének.

Európai kitekintés

A hazai elemzést követően az Európai Felsőoktatási Térség, a művészeti képzési területen kiemelkedő intézményeinek alumni aloldalait vizsgáltam. A vizsgálati kör kiválasztásának elsődleges szempontja volt, hogy Európában működő egyetem legyen, aminek a képzési portfóliójában művészeti szak is szerepel. Az intézmények kiválasztásához a nemzetközi rangsorokat vettem alapul. A vizsgálati körbe bevont intézmények közös nevezőjét a képzési portfóliójukban megtalálható szakok jelentették,

nem az intézmények hasonlósága, ezért az itthon is ismert mapping módszer helyett – amely egy osztályozási rendszer – a tematikus rangsorok segítettek az egyetemek kiválasztását (Bander 2011). A felsőoktatási intézményeket listázó rangsorokat számos kritika éri (Olcay – Bulu 2016; Fábri 2014). Ezeknek ismeretében vettem számba, hogy a legnagyobb nemzetközi rangsorok esetében megtalálhatóak-e tematikus, a művészeti képzési terület intézményeit listázó rangsorok. Olyan rangsorokat kerestem, amelyek az intézményeket listázzák, globális vagy regionális területi lefedettséggel. A nemzetközi, nem tematikus, intézményeket listázó rangsorok között hét darab található, ami hazai egyetemeket is listáz. Ebből ötnek elérhetőek a rangsorképző indikátorai és négynek a rangsorképző alindikátorai is (Banász et al. 2020). Ezek közül kettő nemzetközi

rangsor publikál tematikus művészeti rangsorokat: a Time Higher Education (THE) és a Quacquarelli Symonds (QS). (Gill 2020; O’Callaghan 2021) A THE esetében az öt rangsorképző főindikátor értékei hozzáférhetőek, de az indikátorok változatlanok a különböző tematikus listák esetében (Banász et al 2020). Ellentétben a QS az Art & Design tematikus rangsorában, ahol a négy fő indikátor közül csak kettőt használnak a lista elkészítéséhez, amik a legrelevánsak a művészeti tematikus rangsor létrehozásához. Az akadémiai reputáció és a munkáltatói reputáció indexek mentén alakul ki a QS Art & Design tematikus rangsora (O’Callaghan 2021). A QS rangsoraiba való bekerülést az intézményeknek maguknak kell kezdeményezni (Banász et al 2020). A tematikus rangsorokban ezáltal olyan egyetemek szerepelnek, amik kifejezetten a művészeti képzési területen szeretnék pozíciójukat a nemzetközi rangsorban való szerepléssel erősíteni. A vizsgálati kör meghatározásában ezért a QS által készített rangsorokra támaszkodtam (QS Quacquarelli Symonds, é.n.). Az Art & Design kategóriában a 2018–2021 között rangsorolt intézményeiből választottam ki

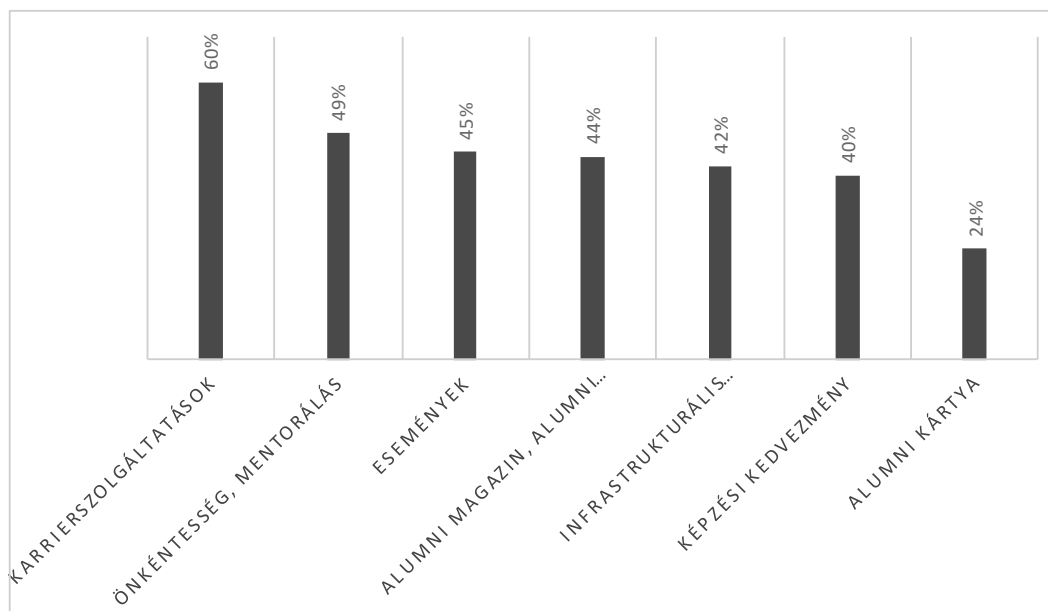
azokat, amelyek többször is szerepeltek ebben az időszakban. Összesen 84 intézményt vontam be ezáltal a vizsgálati körbe, 17 európai országból (3. táblázat).

Míg az országok számosságának régiós megoszlásában nagy különbségek nem mutathatók ki, addig az intézmények elhelyezkedésében igen. Az elemzésbe bevont 84 egyetem 35 százaléka az Egyesült Királyságban működik. A vizsgált alapsokaság 42 százaléka művészeti egyetem, 58 százalék pedig művészeti vagy művészetközvetítői képzési programmal is rendelkezik.

Az intézményi alumni honlapok strukturális jellemzőit tekintve megállapítható, hogy az intézmények 81 százaléka rendelkezik önálló alumni aloldallal a hivatalos honlapján. Ezek közül 33 százalék esetében közvetlenül a főoldaltól érhető el. A volt hallgatók elérésének és a virtuális közösség kialakításának támogatására az egyetemek 38 százaléka működtet külön alumni platformot, aminek használatához a végzetek regisztrációja szükséges. Az alumni aloldalon az intézmények 63 százaléka

3. táblázat: Az európai művészeti képzést nyújtó egyetemek száma és országonkénti megoszlása a QS Art&Design 2018-2021 közötti rangsorai alapján (Forrás: Saját szerkesztés a QS Art&Design kategória 2018-2021. rangsorok adatai alapján (Quacquarelli Symonds é.n.))

országok	intézmények száma országonként (2018–2021 kötött az QS Art&Design rangsorokban többször szereplő intézmények)
Ausztria	4
Belgium	1
Csehország	1
Dánia	5
Egyesült Királyság	29
Finnország	1
Franciaország	5
Hollandia	4
Írország	1
Németország	3
Norvégia	3
Olaszország	7
Oroszország	1
Portugália	3
Spanyolország	8
Svájc	3
Svédország	5



1. ábra: Alumni szolgáltatások előfordulása a vizsgált intézményeknél (Forrás: Saját szerkesztés)

vezet adatbázist, amiben kereshetők a volt hallgatók. Az egyetemek 18 százaléka pedig híres öregdiákok adatbázist is üzemeltet. Adományozási lehetőség, illetve arra való felhívás az alumni aloldalon az intézmények 35 százalékánál található meg.

Az alumni szolgáltatások körében a honlapokon talált információk alapján a legtöbb egyetem (60 százalék) karrierszolgáltatásokat kínál végzettjeinek (1. ábra). Az intézmények 49 százaléka az alumni aloldalon az almaterbe mentori szerepben való visszatérésre, szakmai önkénteskedésre való bekapcsolódásra biztatja volt hallgatóit és működtet erre egy jelentkezési felületet. Eseményeket 45 százalék oszt meg a végzetteknek szóló aloldalon. Ide nem csupán olyan rendezvények tartoznak, amik kimondottan az alumni célcsoportra, vagy annak valamely csoportjára fókuszálnak, hanem azok is, amik témájuk miatt nekik is érdekesek lehetnek. Az események kategóriában így szakmai workshopok, előadások, jubileumi oklevélatadó ünnepségek és évfolyamtalálkozók is egyaránt szerepelnek. Alumni magazin, illetve online alumni portrék, életútbeszámolók az egyetemek 44 százalékánál találhatóak. Infrastrukturális szolgáltatás 42 százalék esetében vehető igénybe. A legjellemzőbb ilyen lehetőség a könyvtári szolgáltatások igénybevétele, ezt követi az egyetemi sportinfrastruktúra használata, de találni terembérlési lehetőséget is. Az intézmények 40 százalékánál található alumni kedvezmény az almater posztgraduális képzéseire.

Alumni kedvezménykártya, ami különféle, az egyetemen belüli vagy az egyetemmel partnerségben lévő szolgáltatók által nyújtott kedvezményekre jogosítja birtokosát, 24 százalékánál van jelen.

A szolgáltatások kategórián belül megkülönböztethetők azok, amik specifikusan a művészeti területen végzetteknek szólnak és amik célzottan támogatják szakmai pályájukat. Ilyen egyedi jellemzők a vizsgált alapsokaság mindössze 15 százalékánál (4. táblázat) voltak megtalálhatók a szolgáltatások kategórián belül: a karrierszolgáltatásoknál, az infrastrukturális szolgáltatásoknál és a kedvezményekre jogosító alumni kártyák esetében. A karrierszolgáltatások körében azonosított egyedi jellemzők:

- a portfólió-tanácsadás,
- álláskereső platformon portfólió feltöltésére alkalmas felület biztosítása az egyetem álláskereső/állásközvetítő felületén,
- kiállítási és egyben a saját termékek, alkotások értékesítési lehetőségének biztosítása az egyetemen,
- jogi tanácsadás szellemi tulajdon, védjegy, oltalom alá helyezés témakörben művészeknek,
- művészeti szakmai szervezeti tagságok támogatása (az egyetem művészeti egyesületébe való csatlakozás lehetősége, tanterven kívüli művészeti kurzusokhoz való csatlakozás lehetősége), valamint

- az egyetem partnerségében inkubációs lehetőség a művészeti területen aktív szakemberek, vállalkozók széles körének (pl: zenészek, filmkészítők, előadóművészek, képzőművészek, tervezők számára).

Az infrastrukturális szolgáltatások között található művészetspecifikus elemek:

- stúdióhasználat,
- az egyetem eszközeinek technikai használata (pl.: 3D nyomtató prototípusok készítéséhez) valamint,
- digitális kiállítások, melyekre a végzetek is meghívást kapnak.

Az infrastrukturális szolgáltatásokon belül további, a művészeti képzési terület specifikumait figyelembe vevő, végzeteknek szóló ösztöndíjas lehetőség is szerepel. Ennek keretében az alumni ösztöndíjasok egy éven keresztül négy stúdiókomplexumban dolgozhatnak, s részesei lehetnek az ott zajló szakmai munkának, a művészeti közösség életének.

Alumni kártyával igénybevehető szolgáltatás a kedvezményes műterembérlés.

Összegezve megállapítható, hogy a vizsgált európai művészeti képzést nyújtó egyetemek túlnyomó többsége (81 százalék) végez valamilyen alumni tevékenységet és vagy kínál valamilyen szolgáltatást

volt hallgatóinak. A leggyakoribb tevékenység, ami egyben az alumni közösség építésének alapja az alumni adatbázis, ezt a legtöbb intézmény (63 százalék) közzé is teszi a végzeteknek szóló weboldalán. A volt hallgatók a munkavilágába való átmenetét és elhelyezkedését támogató karrierszolgáltatások a vizsgált egyetemek több mint felénél (60 százalék) található meg. Megállapításra került az is, hogy kínálnak az intézmények a művészeti területen diplomát szerettek számára specifikus, a művészeti pályát figyelembe vevő és célzottan azt támogató szolgáltatást. A legtöbb ilyen elem a karrier-, valamint az infrastrukturális szolgáltatásokon belül helyezkedik el. Mindez azt mutatja, hogy az egyetemek kiemelt célja a diplomásaik szakmai pályájának támogatása. Másrészt rávilágít, hogy a művészeti képzési területen végzetek a területből adódó infrastrukturális igényeire. Az eszköz- és helyszínhasználat ilyen értelemben a karrierszolgáltatáshoz is kötődik, hiszen a szakmai tevékenység tárgyi feltételekkel is összefonódhat. A vizsgált 84 egyetem alapján megállapítható, hogy az intézmények körében van példa az alumni szolgáltatások képzési terület szerinti szegmentációjára. Az összegyűjtött konkrét példák kiindulópontként szolgálhatnak a magyar egyetemek számára is az alumni tevékenységeik differenciálására, a volt hallgatók igényeinek felmérésére és a saját infrastruktúrájuk kihasználásának újragondolására.

4. táblázat: Művészetspecifikus alumni szolgáltatást nyújtó intézmények és elhelyezkedésük
(Forrás: Saját szerkesztés)

egyetemek	országok
Aalborg University	Dánia
Academy of Fine Arts Vienna	Ausztria
Bauhaus-Universität Weimar	Németország
Brunel University London	Egyesült Királyság
Edinburgh College of Art	Egyesült Királyság
Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich	Svájc
Istituto Marangoni	Olaszország
Konstfack University of Arts, Crafts and Design	Svédország
Ravensbourne University London	Egyesült Királyság
Royal College of Art	Egyesült Királyság
University of Applied Arts Vienna (die Angewandte)	Ausztria
University of the Arts London	Egyesült Királyság
Zurich University of the Arts	Svájc

Összegzés

A tanulmányban az intézményeknél megjelenő új feladatok és tevékenységi körök bővülését a hallgatói, és kiemelten az alumni szolgáltatások kapcsán tárgyaltam. Az intézményi alumni honlapokat áttekintve, az eredmények azt mutatják, hogy a magyar művészeti egyetemek és a művészeti vagy művészetközvetítői képzést is nyújtó felsőoktatási intézmények eltérő fázisban vannak az öregdiákoknak szóló szolgáltatásaik kialakításában. A hazai művészeti egyetemeken alig található alumni tevékenység, ellentétben az olyan nagyobb, főleg tudományegyetemekkel szemben (ELTE, SZTE, PTE), ahol a végzetteknek szóló szolgáltatások tekintetében már színesebb kép jelenik meg. Ezen intézmények jellemzően adatbázist építenek, online és offline kommunikációs csatornákon híreket osztanak meg végzettjeikkel, eseményeket szerveznek, karrierszolgáltatásokat nyújtanak és két egyetem (ELTE, SZTE) önálló alumni platformot is üzemeltet. Az alumni szolgáltatások művészeti képzési területre szabott elemeit a QS Art & Design rangsorokban szereplő európai intézmények végzetteknek szóló szolgáltatásai között találtam meg. Az összesen 84 vizsgált európai egyetem megmutatta, hogy a felsőoktatás szereplőinek túlnyomó többsége végez alumni tevékenységet, amely során a szolgáltatások közül karrierszolgáltatások a leggyakoribbak. Ezen kategóriában találtam a legtöbb kiugró példát is, a volt hallgatókat célzó szolgáltatások tekintetében, amik specifikusan a művészeti képzési területen végzetteknek szólnak. Például az önéletrajz-tanácsadást kiegészíti a portfólió tanácsadás vagy a könyvtárhasználat lehetősége mellett megjelenik az egyetemi stúdió használatának lehetősége, de ide sorolható a szellemi tulajdon védelmével kapcsolatos tanácsadás is.

Úgy vélem, azt, hogy egy intézmény képzési terület szerint szegmentált alumni szolgáltatásokat vezessen be, vagy a már meglévőket fejlessze, meg kell hogy előzze a hallgatók és a volt hallgatók igényeinek megismerése. Szükségnek látom továbbá a végzettekkel kapcsolatos intézményi célok pontos definiálását, ugyanígy az almater erőforrásainak vizsgálatát és természetesen a régiós sajátosságok sem zárhatók ki. E vizsgálatok bevonása szükséges a művészeti területen található intézményi alumni szolgáltatások és tevékenységek bővüléséhez, illetve a jól működő alumni rendszer kialakításához. Felmerül a kérdés, hogy a hazai művészeti egyetemeken, ahol az intézményi honlapok alapján még kezdeti

volt a végzettek célzó tevékenységek megjelenése, milyen gyakorlatokat fognak követni alumni rendszerük kialakítása során.

Felhasznált irodalom

- Banász Zsuzsanna – Csányi Vivien Valéria – Telcs András – Kosztyán Zsolt Tibor 2020 Hazai felsőoktatási intézmények a nemzetközi rangsorokban. *Educatio*, 29. (3):495-508. Letöltés: 2021. 04. 18. Educatio <https://doi.org/10.1556/2063.29.2020.3.12>
- Bander Katalin 2012 Vállalat küldetések az intézményi honlapok alapján. In Hrubos Ildikó eds. *Elefántcsonttoronyból világítótorony*. Aula, Budapest, 72-102.
- Ciobanu, Alina 2013 The Role of Student Services in the Improving of Student Experience in Higher Education. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 92:169-173. Letöltés: 2020. 12. 20. Procedia <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.654>
- Derényi András 2012 A magyar felsőoktatás átalakulása 1989 és 2010 között. In Hrubos Ildikó – Török Imre eds. *Intézményi menedzsment a felsőoktatásban 2. Felsőoktatási Gazdasági Szakemberek Egyesülete (FGSZE)*, Budapest, 44-73.
- Duga Zsófia 2015 *Az alumni szolgáltatások szerepe a hazai egyetemeken működésében*. Doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem. Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs.
- Fábrí György 2014 Legyőzik az egyetemi rangsorok a tudás világát? *Educatio*, 23. (4):590-599.
- Gál Zoltán 2016 Egyetem és város. *Educatio*, 25. (2):220-233.
- Gill, John 2020 About THE's rankings. Letöltés: 2021. 04. 18. <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/about-the-times-higher-education-world-university-rankings>
- Halász Gábor 2012 A felsőoktatás globális trendjei és szakpolitikai válaszok az OECD országokban és az Európai Unióban. In Hrubos Ildikó – Török Imre eds. *Intézményi menedzsment a felsőoktatásban 2. Felsőoktatási Gazdasági Szakemberek Egyesülete (FGSZE)* Budapest, 24-43.

- Hrubos Ildikó 2012 Az európai felsőoktatási reform indítékai, az első tíz év eredményei. In Hrubos Ildikó – Török Imre eds. *Intézményi menedzsment a felsőoktatásban 2.* Felsőoktatási Gazdasági Szakemberek Egyesülete (FGSZE), Budapest, 15-23.
- Hrubos Ildikó 2012a Intézményi sokféleség a felsőoktatásban. In Hrubos Ildikó eds. *Elefántcsonttoronyból világtótorony.* Aula, Budapest, 11-24.
- Hrubos Ildikó 2014 Expanzió határok nélkül. *Educatio*, 24. (2):205-215.
- Király Gábor – Géring Zsuzsanna 2020 Gazdasági, társadalmi és egyéni értékteremtés a felsőoktatásban. *Educatio*, 29. (1):19-32. Letöltve: 2020. 11. 18. *Educatio* <https://doi.org/10.1556/2063.29.2020.1.2>
- Kuráth Gabriella 2007 *A beiskolázás marketing szerepe a hazai felsőoktatási intézmények vonzerőfejlesztésében.* Doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem. Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs.
- Kürtösi Zsófia – Hetessy Erzsébet 2008 Ki ítéli meg a felsőoktatási szolgáltatások teljesítményét és hogyan? *Vezetéstudomány*, 39. (6):2-17.
- Majó Zoltán 2009 Hallgatói életútmenedzsment. In Drótos György – Kovács Gergely eds. *Felsőoktatási Menedzsment.* Aula, Budapest, 165-178.
- O’Callaghan, Carig 2021 *QS World University Rankings By Subject: Methodology.* Letöltés: 2021.04.18. <https://www.topuniversities.com/subject-rankings/methodology>
- Olçay, Gokcen A. – Bulu, Melih 2016 *Is Measuring the Knowledge Creation of Universities Possible? A Review of University Rankings.* *Technological Forecasting and Social Change*, 123. (Supplement C) 153-160. Letöltés: 2021. 04. 08. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.03.029>
- Pedro, Ilda M. – da Costa Mendes, J. – Pereira, L. N. 2020 Identifying patterns of alumni commitment in key strategic relationship programmes. *International Review Public Nonprofit Marketing*, 17. 445-468. Letöltés: 2021. 04. 18. <https://doi.org/10.1007/s12208-020-00256-1>

Egyéb források, felhasznált adatbázisok

- Felvi (é.n.) Szakleírások. Letöltés: 2020. 05. 22. https://www.felvi.hu/felveteli/szakok_kepzesek/szakleirasok/Szakleirasok/index.php/
- QS Quacquarelli Symonds (é.n.) *QS World University Rankings by Subject 2021: Art & Design.* Letöltés: 2021. 03. 31. <https://www.topuniversities.com/university-rankings/university-subject-rankings/2021/art-design>

