

DOI 10.69085/ntf2024b050

## ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ НА АБСОЛВЕНТИТЕ СЛАВИСТИ: ПЕРСПЕКТИВИ И СФЕРИ НА ТРУДА<sup>1</sup>

*Кристиян Янев, Недялко Желев*  
*Софийски университет „Св. Климент Охридски“*

## PROFESSIONAL REALIZATION OF SLAVIC PHILOLOGY GRADUATES: PERSPECTIVES AND WORKFIELDS

*Kristiyan Yanev, Nedyalko Zhelev*  
*St. Kliment Ohridski University of Sofia*

The main focus of the article is the study of the alumni association network of the Slavic philology students, who graduated from Sofia University “St. Kliment Ohridski” in the last decade. The text presents statistics on their job prospects, from which the needs of the labor market and the professional opportunities for philologists are evident. Through a statistical analysis of the data collected during the creation of the alumni club the article highlights the fields of work, as well as the prospects and challenges in front of Slavic studies alumni.

**Key words:** alumni club, professional realization, work fields, Slavic studies

Настоящата статия представя данните от статистическо проучване на абсолвентите на специалността „Славянска филология“, което е проведено в процеса на работа по изграждането на алумни клуба на същата специалност във Факултета по славянски филологии на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. Целта на тази инициатива е създаването на институционална алумни мрежа и проследяването на професионалната реализация на завършилите. Статията систематизира основните показатели от събраната информация, въз осно-

---

<sup>1</sup> Текстът е написан в рамките на проект с договор номер 80-10-207/22.5.2023 г. на тема „Славянска филология: създаване на алумни клуб и изследване на професионалната реализация на завършилите в периода 2017 – 2022 г.“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

ва на които предлага коментар за пазара на труда и ползите от славистичното филологическо образование при кариерното развитие на възпитаниците на специалността.

### **Методи, обхват и резултати от допитването**

При регистрацията си в алумни клуба абсолвентите попълват въпросник, който включва няколко вида информация. На първо място, подават своите лични данни – името и фамилията си, имейл адрес, който не се публикува с оглед на защитата на предоставената лична информация (в съответствие с Общия регламент относно защитата на данните на физически лица), и снимка, която е препоръчителна, но незадължителна стъпка при регистрацията. На второ място, абсолвентите посочват своя випуск (година на дипломиране) и профила, в който са се обучавали – полски, чешки, словашки, украински или сръбски и хърватски. На трето място, допитването събира данни за кариерния път на завършилите дисциплината – сферата на професионалната реализация, позицията и местоработата. Секторът на пазара на труда се избира от списък с множество опции, като допълнително има възможност за добавяне на друга сфера, в случай че работата на анкетирания не е сред най-разпространените опции, изброени в списъка. Професионалната заетост (позиция и месторабота) изисква свободен отговор с цел прецизиране на работните длъжности и работодателите. По желание абсолвентите могат да предоставят свои контакти в социалните мрежи (Facebook, LinkedIn) за улеснена комуникация и връзка с останалите колеги от общността.

Регистрационната форма, както и индивидуалните профили на всеки възпитаник на специалността са достъпни на специално създадения сайт на алумни клуба на славистите, завършили Факултета по славянски филологии<sup>2</sup>. Към настоящия момент в изграждането на алумни общността на спец. „Славянска филология“ са се включили 100 абсолвенти. В рамките на проекта, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на Софийския университет, се планира проучване на реализацията на завършилите специалността „Славянска филология“ в периода 2017 – 2022 г. Въпреки това в процеса на общуване с абсолвентите много от тях споделят регистрационната форма със свои колеги<sup>3</sup>, което позволи анкетата да обхване и предишни випуски. Основна-

---

<sup>2</sup> <https://slav-alumni.uni-sofia.bg/>. Представената информация е актуална към 29.11.2023 г., бел. авт.

<sup>3</sup> Това е свидетелство за значението на междуличностните отношения при изграждането на подобна институционална мрежа, чието развитие е свързано с уни-

та информация обхваща завършилите в последното десетилетие, между 2012 и 2022 г. (90% от анкетираните), но освен тях се включват колеги, дипломирали се през предходни години (между 1991 и 2011 г., вж. Фиг. 1). От тях 14% са мъже, докато останалите 86% са жени, като тази сравнително голяма диспропорция не е изненадваща с оглед на приема в хуманитарните (и конкретно филологическите) направления.

**Фиг. 1.** Брой absolventи в алумни клуба според годината на завършване

<b>Випуск</b>	<b>Брой absolventи</b>	<b>Випуск</b>	<b>Брой absolventи</b>
<b>1991</b>	1	<b>2012</b>	3
<b>1995</b>	1	<b>2013</b>	5
<b>2001</b>	2	<b>2014</b>	4
<b>2004</b>	3	<b>2015</b>	12
<b>2008</b>	1	<b>2016</b>	20
<b>2009</b>	1	<b>2017</b>	4
<b>2011</b>	1	<b>2018</b>	13
		<b>2019</b>	9
		<b>2020</b>	6
		<b>2021</b>	5
		<b>2022</b>	9

По-големият брой регистрирани absolventи в годините 2015 – 2018 може да се обясни както с намаляването на приема във филологически дисциплини от последните години<sup>4</sup>, така и с по-голямата активност на завършилите по-рано в инициативата около създаването на алумни клуба. Предположение на неговите създатели е, че дипломирали се преди няколко години вече имат по-представителна професионална реализация, която биха искали да споделят, а също така изпитват по-голяма носталгия към университета и своите студентски години от наскоро дипломирали се absolventи. Най-активни са колегите, завършили специалността „Славянска филология“ с чешки и полски профил (вж. Фиг. 2), като включването на по-ранните випуски

---

верситетската инициатива и организация, но и със самоинициативата на участниците в нея.

<sup>4</sup> Допълнителен фактор за броя absolventи през 2020 и 2021 е и ковид пандемията, която оказва влияние върху образованието и успешното завършване в срок на част от студентите.

и разширяването на обхвата на алумни клуба може да промени това съотношение.

*Фиг. 2. Брой absolventи в алумни клуба според езиковия профил*

Профил	Брой absolventи
Чешки	31 <sup>5</sup>
Полски	26
Украински	19
Сръбски и хърватски	13
Словашки	11

Ключови за целите на алумни клуба са данните за професионалната реализация, които показват не само индивидуалното кариерно развитие на absolventите, но и перспективите и предизвикателствата пред специалността „Славянска филология“. Успеваемостта на дипломираните се слависти е показателна за тяхната висока мотивираност и подготовка, а разнообразието от професии свидетелства за адаптивността на хуманитаристите в динамичната работна ситуация. Посочените отговори (Фиг. 3) не са изненадващи с оглед на сферите на заетост, те отразяват основни тенденции в търсенето и предлагането на пазара на труда. Все пак си заслужава да се посочат няколко специфички по отношение на събраната информация.

На първо място, част от absolventите са посочили повече от една сфера на труда, което влияе върху процентното измерение в статистиката – анкетираните са сто колеги, които са дали 118 отговора за своята професионална заетост. Това се дължи на практикуването на повече от една професия – като превод и образование (особено висок процент от преподавателите във висшите учебни заведения посочват и превода като своя професионална реализация). От друга страна, някои от колегите, които работят в областта на аутсорсинга, допълнително отбелязват втора сфера на заетост, като информационни технологии, образование в корпоративна среда или превод и легализация.

На второ място, големият процент реализирали се в сферата на аутсорсинга се дължи и на възрастовия обхват на регистрираните колеги. Разширяването на алумни клуба в бъдеще очаквано би изменило процентното съотношение, особено при отделни сфери на труда (като

---

<sup>5</sup> От колегите, попълнили регистрацията, по един absolvent от бохемистичния и полонистичния профил е завършил преди 2012 г., както и петима – от украинистичния и трима – от профила със сръбски и хърватски език.

държавна администрация, дипломация, медии), които към настоящия момент обхващат по-малък дял от резултатите.

**Фиг. 3. Професионална реализация на абсолвентите в алуumni клуба**

<b>Сфера на труда</b>	<b>Брой абсолвенти</b>	<b>Процент от общия брой отговори</b>
Аутсорсинг	37	31,3
• Счетоводство и финанси	6	5
• Човешки ресурси	5	4,2
• Техническа поддръжка	4	3,3
• Логистика и обработка на данни	4	3,3
Образование и наука	28	23,7
• Висше образование	16	13,5
• Основно и средно образование	6	5
• Професионално обучение в корпоративна среда	2	1,6
• Наука и изследвания	1	0,8
• Учебен център	1	0,8
• Педагогическа работа	1	0,8
Превод и легализация	14	11,8
IT	12	10,1
Медии	6	5
Бизнес	6	5
• Търговия и продажби	3	2,5
• Спедиция и транспорт	1	0,8
• Обслужване на клиенти	1	0,8
• Недвижими имоти	1	0,8
Туризъм	5	4,2
Други:	10	8,4
• Държавна администрация	3	2,5
• Счетоводство	2	1,6
• Авиация	2	1,6
• Дипломация	1	0,8
• Печатарство	1	0,8
• Без отговор	1	0,8

### **Анализ на пазара на труда и въздействието на славистичното образование върху професионалната реализация**

В представената статистическа информация се забелязват определени тенденции относно състоянието на пазара на труда. Високият процент трудещи се в сферата на аутсорсинга е свидетелство за значението на трансрегионалните и глобалните пазари при отварянето на нови позиции, за които владенето на повече от един език е не просто предимство, а необходимост. Това, от една страна, прави професиите в аутсорсинга привлекателна възможност за дипломираните филолози, защото сферата е изключително динамична и постоянно се откриват нови работни места и проекти, нуждаещи се от кадри. Абсолвентите разполагат с основния инструмент за успешно преминаване на фазата на подбор – езиковите умения – и след започването на работата си могат с помощта на допълнително краткотрайно обучение да опознаят спецификите на продукта/услугата, които обслужват. Освен това съществува възможността за йерархическо израстване, която проличава при анализа на конкретните позиции, заемани от регистрираните в алуumni клуба. По-голямата част от тях започват професионалния си път от обслужване на клиенти на езика на своето обучение, но значителен процент от тях се специализират (например в областта на човешките ресурси и подбора на кадри на съответния език; като техническа поддръжка или контрол по качеството – *Quality assurance analysis*) или заемат ръководни позиции (ръководител на екип или специалист по корпоративно обучение).

От друга страна обаче, динамичността на тази сфера на заетост в някои случаи означава и непредсказуемост, защото определени решения за откриване или закриване на работни места се вземат на централно за международните корпорации равнище. Те отчитат глобални тенденции, търсене/предлагане и размер на работни възнаграждения, а също така се съобразяват с международни закони и рестрикции. Определена национална или международна спогодба може да доведе до невъзможност да се обслужва даден пазар извън определен географски ареал или до закриване на определена услуга, което неминуемо засяга работещите в тази област. Не на последно място, автоматизацията и езиковите модели на изкуствения интелект потенциално ограничават търсенето на оператори за обслужване на клиенти, което в краткосрочен или дългосрочен план може да се отрази на професионалната реализация в областта.

На второ място сред обобщените отговори на членовете на алуumni клуба се намира заетостта в сферата на образованието. Относително високият процент работещи в областта на висшето образование и научните изследвания (ВУЗ или научноизследователски центрове) е показателен за интереса към хуманитаристиката като професионален път за завършилите в последните години. Реализацията на абсолвентите, които се насочват към преподаване в основното и средното училище, е свидетелство за ползите от втората квалификация в рамките на славистичното образование (равноправната специалност „Българска филология“) и интереса към придобиване на правоспособност за работа като учител по български език и литература.

Филологическото образование логично произвежда и кадри, които задоволяват нуждите на пазара на труда в областта на превода и легализацията. Това обяснява факта, че тази сфера е на трето място след процентно по-добре представените опции – аутсорсинг и образование, макар че, както беше посочено, има и известно препокриване и съвместяване при част от анкетираните между тези професионални реализации. Традиционно характерни професии за абсолвентите на хуманитарните специалности, като журналисти, кореспонденти и екскурзоводи, очаквано имат свои представители сред завършилите специалността „Славянска филология“ през последното десетилетие.

В условията на намаляващ брой студенти, множество възможности за избор на висше образование и динамична и променлива работна среда за завършилите е важен въпросът доколко професионалната им реализация е повлияна и подпомогната от полученото образование. Джоузеф Миджън анализира ползите от образованието за последвалата трудова реализация, като се позовава на разсъжденията на Дъглас Далримпъл и Ленърд Парсънс относно мениджмънта на човешкия капитал:

Аксиома на маркетинга е това, че за да бъде успешна и да оцелее една организация, тя трябва да направи така, че нейните продукти или услуги да предоставят на клиентите ѝ повече ползи, отколкото те биха притежавали без тези продукти или услуги.

(Цит. по Миджън 1987: 183)

Американският изследовател обобщава отговорите на студенти в проведена от него анкета в Университета „Акрън“ (Охайо) – голям процент от анкетираните споделят, че „са получили повече работни задължения, по-голямо заплащане и повече уважение на работното си

място след придобиването на научна степен“ (Миджън 1987: 183). За Миджън това е аргумент в полза на ценността на завършената университетска специализация и доказателство за увеличаването на професионалните възможности за дипломиралите се като следствие от висшето образование.

Подобен въпрос не е насочен към абсолвентите на спец. „Славянска филология“ по време на работата около създаването на нейния алумни клуб, тъй като това излиза извън непосредствените първоначални цели и задачи около събирането и систематизирането на данните за завършилите. Въпреки това прегледът на основните сфери на заетост категорично потвърждава връзката между полученото славистично образование и професионалната реализация на придобилите го. Разгледаните сфери на труда, които обхващат първите три места в анкетата (аутсорсинг, образование и наука, превод и легализация), отговарят за 66,8% от резултатите. Ако се добавят и резултатите за медии и туризъм, тази цифра става 76%, което показва ясна корелация между получените езикови, общофилологически, културни и хуманитарни познания и последвалата реализация на студентите<sup>6</sup>.

Останалите отговори показват още една характерна особеност, която може да бъде видяна като аргумент в полза на хуманитарното висше образование. Колегите, които упражняват професии, традиционно несвързани с по-тесния филологически профил, намират реализация в разнообразни сфери, което е свидетелство за адаптивността на абсолвентите на славистиката и умението да придобиват нови следдипломни квалификации и умения.

### **Влияние на алумни общността върху професионалната реализация на абсолвентите и работата на университета**

Събраната информация при създаването на алумни клуба на специалността „Славянска филология“ дава ценни данни за професионалния профил на абсолвентите. Освен това обаче инициативата има и допълнителни ползи както за университета, така и за самите абсолвенти, които участват в тази общност.

На първо място могат да се открият тези аспекти, свързани със самата професионална реализация. Алумни клубовете могат да допри-

---

<sup>6</sup> Разбира се, при професии, свързани с дипломацията (културни центрове и посолства), както и държавната администрация също може да се открие връзка между образованието и сферата на труда, което би повишило статистическия дял почти до 80%.



несат за улеснена връзка между висшето образование, хората, които го притежават, и работодателите, като това би довело до повече професионални възможности и сътрудничество в различни посоки. Участието в такава група спомага за обмена на информация между алумни членове, които могат да предоставят обратна връзка за работодатели, възнаграждения и условия на труда. Усещането за принадлежност към дадена общност също е важен аспект при ангажираността на участниците в алумни клуба, които изграждат контакти, а също така се информират за следдипломната реализация и тенденциите на трудовия пазар.

На второ място са онези ползи от развитието на общностите на абсолвентите, които допринасят за функционирането на висшето учебно заведение и укрепването на връзките между завършилите и тяхната алма-матер. Тара Сингър и Арън Хюи разглеждат „интегралната и неразривна връзка“ между абсолвентите и техния университет (Сингър, Хюи 2002: 51). Тя е основа, върху която може да се изгради силно и плодотворно сътрудничество между алумни асоциациите и студентския живот, което е взаимноизгодно и за двете страни – едновременно „укрепва имиджа на институцията и подобрява преживяването на тези, които имат контакт с нея“ (Сингър, Хюи 2002: 52). Двамата автори проследяват основни сфери, в които университетските и студентските организации могат да се възползват от опита на дипломатите се възпитаници на образователната институция – от процеса на селекция и интервюиране на новоприети студенти през тяхното въвеждане в университетския живот (*welcome and orientation programs*) до формирането на алумни организации. Както посочват Сингър и Хюи:

Независимо от своята организационна структура студентските алумни организации съществуват, за да подсилят и поддържат историческия образователен опит, предлаган от институцията. Техните услуги и дейности помагат за предаването на институционалните ценности от едно поколение на следващото, което от своя страна обикновено води до силно чувство на свързаност с институцията. Тази свързаност генерира позитивни чувства за институцията у абсолвентите и ги приканва да участват в бъдещи начинания. Следователно за много колежи и университети е изключително полезно да инвестират активно в своите студентски алумни асоциации.

(Сингър, Хюи 2002: 59)

Освен че са от полза за самите висши учебни заведения<sup>7</sup>, алумни инициативите имат положително въздействие и върху самите участници в образователния процес, а също така върху техните общности<sup>8</sup>.

Не на последно място – опитът на абсолвентите е ключов за развитието на самите образователни институции и тяхното адаптиране към промените и предизвикателствата в началото на XXI в. Джоузеф Миджън използва разграничението между два типа организации, предложено от Филип Котлър – „отзивчиви“ (*responsive*) и „неотзивчиви“ (*unresponsive*) по отношение на потребностите на техните членове. За втория тип е характерно това, че тези институции „или предполагат, че знаят от какво се нуждаят техните членове, или всъщност не се интересуват какви са техните специфични нужди“ (цит. по Миджън 1987: 179). При увеличаването на конкуренцията и/или намаляването на търсенето подобни организации или институции срещат проблеми и предизвикателства с намирането на нови членове и клиенти, което може да доведе дори до изчезването им. Другата разновидност – „отзивчивите“ организации, се стремят „да открият нагласите и нуждите на своите членове, докато се опитват да постигнат своите цели“ (цит. по Миджън 1987: 180). Изводът е, че „в конкурентна среда с намаляващ брой клиенти (студенти) отзивчивите институции е вероятно да се развиват и просперират, докато неотзивчивите могат да срещат трудности с оцеляването си“ (цит. по Миджън 1987: 180). За да бъде една институция „отзивчива“, т.е. за да успява да отговори на потребностите на своите възпитаници и на предизвикателствата на пазара на труда, тя трябва активно да се вслушва в обратната връзка и да я използва за подобряване. В това отношение алумни клубовете могат да бъдат ценен източник на информираност и иновативност за специалностите, в които абсолвентите са получили своето образование. Според Филип Котлър това се осъществява посредством „интерес да се научат нуждите и удовлетвореността на членовете“ чрез събира-

---

<sup>7</sup> В западния модел на функциониране на алумни общностите е важна финансовата мотивация на университетите и колежите да поддържат контактите със своите възпитаници, които често даряват значителни суми след завършването си. Пример за статистически анализ на демографските и професионалните данни на абсолвентите с оглед на потенциала им за дарения към университета предлагат Хашеми, Ле Бланк, Бахрами, Бахар, Трейуик 2009.

<sup>8</sup> Ан Кембъл и Арин Бакстър съпоставят в свое изследване три случая на алумни асоциации, при които освен индивидуалните успехи и реализация на членовете се отчита и потенциалът на подобни организации да допринесат за социална промяна за дадените общности (вж. Кембъл, Бакстър 2019).

не на информация (например чрез анкети), „стимулиране на членовете да задават въпроси, да споделят оплаквания и оценки“, „създаване на системи за улеснено събиране на тази информация“ и „адаптиране на продуктите и услугите [...] в съответствие с тази информация“ (цит. по Миджън 1987: 180).

### Заклучение

Събраната до този момент информация за реализацията на студентите слависти е едва отправна точка за развиването на добре функциониращ алумни клуб на славистиката, но тя дава ориентиловъчна представа за редица тенденции в образованието и професионалните решения на филолозите. Бъдещата съвместна работа между представители на образователната институция и абсолвентите на специалността следва да отчита промените на трудовия пазар, да помага за информираността на настоящите студенти и да поддържа съзнанието за принадлежност и приемственост, което би гарантирало успешна адаптивност и успеваемост за двете страни.

### ЛИТЕРАТУРА

- Кембъл, Бакстър 2019:** Campbell, A., A. Baxter. Exploring the attributes and practices of alumni associations that advance social change. // *International Journal of Educational Development*, 2019, vol. 66, 164 – 172.
- Миджън 1987:** Midgen, J. Alumni Survey of Entry Goals, Satisfaction, and Job Benefits Associated with the Associate Degree. // *Community Junior College Research Quarterly of Research and Practice*, 1987, vol. 11, issue 3, 179 – 188.
- Сингър, Хюи 2002:** Singer, T., A. Hughey. The Role of the Alumni Association in Student Life. // *New Directions for Student Services*, 2002, no. 100, 51 – 67.
- Хашеми, Ле Бланк, Бахрами, Бахар, Трейуик 2009:** Hashemi, R., L. Le Blanc, A. Bahrami, M. Bahar, B. Traywick. Association Analysis of Alumni Giving: A Formal Concept Analysis. // *International Journal of Intelligent Information Technologies*, 2009, vol. 5, issue 2, 17 – 32.