ПЕДАГОГИКА

(шифр научной специальности: 5.8.1)

Научная статья
УДК 378.046:316.472
doi: 10.18522/2070-1403-2026-118-5-192-198

ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ АССОЦИАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ КАК ФАКТОР ПРИРАЩЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА РЕГИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА (НА ПРИМЕРЕ ВОЛГГТУ)

© Наталия Витальевна Казанова[1], Елена Сергеевна Белоус[2], Елена Витальевна Мельникова[3]
[1, 2, 3]*Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград, Россия*
[1]*nvk–work@yandex.ru* [2]*belousdok@list.ru* [3]*evm.34@yandex.ru*

Аннотация. Анализируется процесс институционализации Ассоциации выпускников регионального вуза как стратегического ресурса развития его социального капитала. На примере Ассоциации выпускников Волгоградского государственного технического университета (ВолгГТУ) за 2020–2025 гг. выделены три ключевых этапа ее становления: организационное оформление, установление коммуникаций, формирование устойчивого сообщества выпускников. Показано, что переход от разрозненных личных контактов к системному институциональному взаимодействию позволяет преодолеть межпоколенческую разобщенность и выстроить многоканальную систему связей. Ассоциация способствует преобразованию доверия выпускников в репутационный капитал вуза, а в международном контексте работает как инструмент «мягкой силы». Системная работа с выпускниками становится механизмом долгосрочных вложений в привлекательность и репутацию университета – как для абитуриентов, так и для индустриальных партнеров.

Ключевые слова: ассоциация выпускников, институционализация, этапы институционализации, региональный университет, мягкая сила, репутационный капитал.

Для цитирования: Казанова Н.В., Белоус Е.С., Мельникова Е.В. Институционализация Ассоциации выпускников как фактор приращения социального капитала регионального университета (на примере ВолгГТУ) // Гуманитарные и социальные науки. 2026. Т. 118. № 5. С. 192-198. doi: 10.18522/2070-1403-2026-118-5-192-198

PEDAGOGY

(specialty: 5.8.1)

Original article

The institutionalization of an alumni Association as a factor in the accumulation of social capital at a regional university (based on the example of VolgGTU)

© Natalia V. Kazanova[1], Elena S. Belous[2], Elena V. Melnikova[3]
[1, 2, 3]*Volgograd State Technical University, Volgograd, Russian Federation*
[1]*nvk–work@yandex.ru* [2]*belousdok@list.ru* [3]*evm.34@yandex.ru*

Abstract. The process of institutionalization of the Association of Graduates of a regional university as a strategic resource for the development of its social capital is analyzed. Using the example of the Volgograd State Technical University (VolgSTU) Alumni Association for 2020-2025, three key stages of its formation were identified: organizational design, establishment of communications, and formation of a sustainable alumni community. It is shown that the transition from disparate personal contacts to systemic institutional interaction makes it possible to overcome intergenerational disunity and build a multi-channel communication system. The Association helps to transform the trust of graduates into the reputational capital of the university, and in the international context it works as a tool of "soft power". Systematic work with graduates is becoming a mechanism for long-term investments in the attractiveness and reputation of the university, both for applicants and for industry partners.

Key words: alumni association, institutionalization, stages of institutionalization, regional university, soft power, reputational capital.

For citation: Kazanova N.V., Belous E.S., Melnikova E.V. The institutionalization of an alumni Association as a factor in the accumulation of social capital at a regional university (based on the example of VolgGTU). *The Humanities and Social Sciences.* 2026. Vol. 118. No 5. P. 192-198. doi: 10.18522/2070-1403-2026-118-5-192-198

Введение

В современной социологии образования региональный университет рассматривается как важный источник развития области. Основной актив университета – его выпускники: они аккумулируют интеллектуальный потенциал региона, работают на репутацию Alma mater и выступают связующим звеном между академической средой и реальным сектором экономики. В условиях высокой динамики социальных процессов и мобильности рынка труда значительно снижается эффективность традиционных способов поддержания связей университета с выпускниками: после окончания обучения их коммуникация с университетом становится фрагментарной, сводясь, в основном, к личным контактам с бывшими преподавателями и однокурсниками. Это приводит к эрозии социального капитала университета, что особенно чувствительно для региональных вузов.

Скорректировать этот процесс отчасти позволяет использование современных информационно-коммуникационных технологий. Они упрощают установление контактов вуза с выпускниками и поддержание связей, но сами по себе, при отсутствии ясной стратегии и институциональных рамок, не создают системного взаимодействия, оставляя накопленные вузом доверие и лояльность бывших студентов «спящим» ресурсом. Данное обстоятельство делает чрезвычайно актуальной проблему институционализации связей выпускников с Alma Mater и друг с другом, а также создание полноценной сетевой системы горизонтальных связей внутри создаваемого сообщества выпускников. В данной работе показано, как эта проблема решается в Волгоградском государственном техническом университете (ВолгГТУ).

Теоретической основой исследования выступает концепция социального капитала. П. Бурдье определяет выпускников как ресурс, связанный с устойчивой сетью институционализированных отношений [2]; Дж. Коулман подчеркивает, что социальный капитал заключен в структуре отношений, а не в индивиде [11]. Изучение выпускников как ресурса вуза давно приобрело междисциплинарный характер. В зарубежной традиции акцент делается на «эффекте сети», когда выпускники обеспечивают финансовую и репутационную устойчивость университета [12].

Российские авторы рассматривают управление отношениями с выпускниками как фактор повышения привлекательности вуза [6], а ассоциации выпускников – как базу для формирования гибких навыков студентов через менторство [3]. Работа с выпускниками для региональных опорных университетов – явление сравнительно новое, и здесь Ассоциация становится инструментом консолидации интеллектуальной элиты и выработки стратегических решений [8]. Н.Н. Лагусева с соавторами рассматривают Ассоциацию как интегрированный проект, превращающий выпускника в активного стейкхолдера, участвующего в экспертизе образовательных программ [4]. По мнению Е.В. Мельниковой, Н.А. Овчар, Н.В. Казановой, иностранные выпускники выступают ключевыми «агентами влияния» в логике «мягкой силы» [5]. При всем обилии работ вопросы поэтапной институционализации Ассоциации в региональном вузе, особенно в кризисные периоды (например, в условиях пандемии COVID-19), остаются недостаточно проработанными, что и определяет научную новизну работы.

Методология исследования опирается на принципы системного подхода и качественного анализа. Эмпирическую базу составили нормативно-правовые и уставные документы вуза, отчетная документация Ассоциации выпускников ВолгГТУ за 2020–2025 гг., контент-анализ медиаактивности в социальных сетях и цифровых сервисов взаимодействия и анализ реализованных проектов.

Для регионального университета социальный капитал реализуется через доверие и информационные сети, где выпускники выступают носителями корпоративной идентичности. Институционализацию Ассоциации выпускников мы понимаем как переход от спонтанных

связей к формализованному институту, который способен конвертировать лояльность в реальные репутационные дивиденды.

Обсуждение

В институциализации Ассоциации выпускников ВолгГТУ авторами статьи выделены этапы, отражающие качественное изменение роли этой структуры в жизни вуза.

Первый этап: нормативно-правовое и организационное оформление (2020–2021 гг.). Дебют Ассоциации выпускников ВолгГТУ пришелся на начало пандемии COVID-19, и это во многом определило ее цифровую природу с самого старта. Переход от стихийных, разрозненных контактов к формализованной структуре разворачивался в условиях жестких ограничений. Но рабочая группа создаваемой Ассоциации сумела не только успешно преодолеть это препятствие, но и превратить его в стратегическое преимущество: за короткий срок удалось построить гибкую цифровую архитектуру связей, минуя бюрократическую инерцию, пройдя путь ускоренной цифровой институционализации. Начался процесс с онлайн-регистрации участников, причем за первый же месяц к Ассоциации присоединились более 1500 человек. Массовое движение ясно показало, что выпускники были заинтересованы во взаимодействии, но нуждались в простом, низкопороговом инструменте, чтобы возобновить связи с университетом.

В результате университету, несмотря на локдаун, уже в 2021 г. удалось не только выстроить структуру Ассоциации выпускников ВолгГТУ, но и заключить договоры о подготовке специалистов с двадцатью предприятиями, причем большинство руководителей этих предприятий являются выпускниками университета [8].

Для успешной институционализации Ассоциации ее цели были встроены в стратегию развития университета. Анализ нормативной документации ясно показывает, что задачи Ассоциации коррелируют с уставными целями университета: экспертно-аналитической поддержкой общества, интеграцией в международное научно-образовательное пространство [10, пп. 2.1.3–2.1.5] и удовлетворением потребностей личности в интеллектуальном и культурном развитии [10, п. 2.2]. Включение выпускников в академическую коммуникацию фактически стало механизмом их превращения из «объектов обучения» в «субъекты развития» университета.

Организационное оформление Ассоциации закреплено приказом ректора ВолгГТУ от 03.02.2020 № 40, который определил материально-техническую базу и состав рабочей группы Ассоциации выпускников. Таким образом, ключевым итогом первого этапа стало создание нормативного фундамента, который позволил Ассоциации выпускников получить легитимный статус структурного элемента университета.

Второй этап: цифровая трансформация и сетевая визуализация (2022–2023 гг.). Основным направлением данного этапа стало формирование цифровой социальной среды как главного пространства воспроизводства социального капитала. Следующим шагом стало создание и публикация карты «Выпускники ВолгГТУ, и где они обитают» (https://clck.ru/3SiH3w), которая позволила, помимо систематизации базы членов Ассоциации, наглядно показать масштаб влияния вуза: свыше 2500 зарегистрированных членов Ассоциации представлены в 150 городах 35 стран мира.

В качестве основной коммуникативной площадки Ассоциации была выбрана наиболее популярная в России социальная сеть «ВКонтакте» (VK). С помощью аналитических инструментов социальной сети, рабочая группа Ассоциации ведет постоянный мониторинг группы и оперативно корректирует стратегию публикационной активности и иных способов взаимодействия с участниками.

Основным итогом второго этапа стало формирование цифровой экосистемы Ассоциации: страница на сайте вуза, база данных выпускников, карта распространения выпускников в мире и группы в основных социальных сетях. Таким образом, разрозненные данные о выпускниках преобразованы в структурированный ресурс, создана основа для формирования регулярных связей вуза с выпускниками, сформирована сеть горизонтальных связей внутри сообщества выпускников.

Развитая цифровая основа позволила рабочей группе Ассоциации выпускников на следующем этапе сосредоточить свои усилия на осуществлении ряда экспертных и репутационных проектов, направленных на преобразование социального капитала выпускников в символический капитал вуза, а также закрепление статуса университета в качестве престижного научно-образовательного центра.

Третий этап: концентрация ресурсов и международная «мягкая сила» (2024–2025 гг.). Одним из реализованных проектов стала интеграция в единое коммуникационное пространство Ассоциации иностранных выпускников. К моменту начала деятельности рабочей группы Ассоциации выпускников, ВолгГТУ подготовил более 1500 специалистов для 70 стран мира; этот ресурс выступает мощным инструментом «мягкой силы» [5].

Институализируя отношения с иностранными выпускниками, Ассоциация становится для них культурным и профессиональным каналом связи с университетом после их возвращения на родину. Визит в 2023 г. выпускника 1991 г. Мухаммада Исмаиля (Палестина) показал, что выпускники готовы выступать живыми примерами профессионального успеха для нынешних студентов и спустя 30 лет после выпуска из университета продолжают идентифицировать себя с университетским сообществом. Выпускники-амбассадоры активно способствуют привлечению в ВолгГТУ новых поколений иностранных студентов. Это подтверждается ростом контингента иностранных обучающихся в ВолгГТУ: с 1282 чел. в 2021 г. до 1772 чел. в 2023 г. [5].

Иностранные выпускники приглашаются на мероприятия университета, снимают видео к памятным мероприятиям. Так, к празднованию 95-летия ВолгГТУ свои ролики прислали выпускники из Узбекистана, Китая, Нигерии, Южной Кореи, США, Йемена, Саудовской Аравии, Непала и других стран. Ряд выпускников прислали интервью и фото, которые были размещены в соцсетях ВолгГТУ и на сайте университета в рубриках «История успеха» и «95 лет. История ВолгГТУ» (Сирия, Израиль, Китай, Ливан). С некоторыми странами университет поддерживает тесные связи. Так, в Социалистической республике Вьетнам работает Ассоциация выпускников ВолгГТУ, 40 членов которой защитили диссертации на соискание ученой степени кандидата наук в ВолгГТУ.

Помимо работы по установлению и поддержанию связей с иностранными выпускниками, Ассоциация выпускников сосредоточилась на поддержке крупных имиджевых проектов университета. Так, рабочая группа Ассоциации выпускников принимала активное участие в подготовке и проведении международного фестиваля русского языка «Берега», который регулярно проводится ВолгГТУ [1]. В последние годы фестиваль превратился в площадку нетворкинга выпускников из более чем 40 стран, поддерживая единое языковое пространство.

В целом деятельность Ассоциации в этом направлении, обеспечивая непрерывный цикл воспроизводства связей – от довузовской подготовки до поддерживания отношений на протяжении всей карьеры, – привела к закреплению статуса выпускника Волгоградского Политеха как активного субъекта международного сотрудничества университета.

Другим направлением деятельности Ассоциации выпускников на данном этапе ее развития является разработка символической среды университета. Студентами кафедры «Урбанистика и теория архитектуры» ИАиС ВолгГТУ, под руководством члена рабочей группы Ассоциации выпускников доцента Н.В. Самойловой, создан объемно-пространственный Макет кампусов ВолгГТУ. Эта деятельность стала практической реализацией внедряемого в нашем университете интегративного подхода к обучению, согласно которому студенты разных направлений подготовки работают совместно над реальными проектами [9]. Готовый макет стал своеобразным центром притяжения: каждая встреча выпускников начинается с его осмотра. Макет позволяет выпускникам связать личные воспоминания с этапами развития университета и способствует формированию восприятия университета как единой системы. Кроме того, Макет всегда используется в Дни открытых дверей ВолгГТУ для абитуриентов и других университетских и региональных мероприятий.

В 2025 г. к 95-летию ВолгГТУ Ассоциация реализовала проект по созданию «Стенда выдающихся выпускников». Фотопортреты, краткие биографии и достижения наиболее значимых выпускников университета за его почти вековую историю размещены в Главном корпусе ВолгГТУ. Кроме того, стенд продублирован в цифровом формате – на сайте вуза и в группах Ассоциации выпускников в социальных сетях. Создание цифрового варианта стенда обеспечило глобальную доступность историй успеха выпускников. В создании стенда и его цифровой копии под руководством членов рабочей группы Ассоциации принимали участие студенты различных направлений подготовки, что обеспечило своеобразную «эстафету поколений».

Макет и стенд стали визуальным воплощением надежности вуза: для выпускников это символ признания их заслуг [7], для абитуриентов – свидетельство того, что диплом ВолгГТУ открывает путь к вершинам профессионального успеха.

Выводы

Теоретическая значимость проведенного исследования состоит в подтверждении тезиса об ускоренной институционализации Ассоциации выпускников в условиях цифровизации. Опыт Ассоциации выпускников ВолгГТУ демонстрирует, что цифровой генезис организации позволяет эффективно аккумулировать лояльность выпускников, трансформируя ее в такие измеримые показатели, как географию присутствия, экспертную вовлеченность и медийную активность. Показано, как формирующаяся Ассоциация выпускников преодолела разобщенность между поколениями, создав разветвлённую и устойчивую многоканальную коммуникацию. Практическая значимость данной работы подтверждается созданием устойчивой системы, где выпускник в перспективе может выступать не только объектом ностальгических практик, но и активным стейкхолдером развития вуза.

Анализ деятельности Ассоциации выпускников ВолгГТУ позволил выявить барьеры, ограничивающие конвертацию социального капитала в экономические ресурсы. Необходимость преодоления этих барьеров во многом определит дальнейшее направление развития Ассоциации выпускников ВолгГТУ. Прежде всего, это отсутствие эндаумент-фонда Ассоциации. Без целевого финансирования институционализация носит преимущественно организационно-репутационный характер: социальный капитал остается в фазе «доверия и связей», не переходя в фазу «инвестиций в развитие». Впрочем, это типичная ситуация для многих региональных вузов [8].

Затем, в восприятии выпускниками Ассоциации, ее задач, путей взаимодействия очевидно преобладание запросно-сервисной модели. Большинство выпускников, зарегистрировавшихся как члены Ассоциации, видят себя прежде всего потребителями «ностальгического контента» (экскурсии к юбилеям выпусков, встречи выпускников факультетов), а Ассоциацию – его производителем и организатором. Это говорит о дефиците горизонтальных связей при избытке вертикальных [11]: выпускники признают авторитет университета, но недостаточно проявляют субъектность в собственных проектах. Слабая инициативность и инертность выпускников во взаимодействии со структурами вуза, обусловливают необходимость трансформации Ассоциации выпускников ВолгГТУ из организатора встреч в со-инвестора развития университета, что и становится естественной задачей следующего этапа развития. Для этого нужны стимулы, которые побуждали бы выпускников к активному горизонтальному сотрудничеству, к преобразованию модели отношений внутри Ассоциации из преимущественно вертикально-иерархической структуры – в полноценную сетевую систему.

В целом анализ пяти лет деятельности Ассоциации выпускников ВолгГТУ (2020–2025 гг.) позволяет утверждать, что ключевой этап ее институционализации завершен. Ассоциация прошла путь от административной инициативы до полноценного социального института, который выступает значимым фактором приращения социального капитала регионального университета: выстроены вертикальные и горизонтальные связи с выпускниками разных лет, определяющие возможности научного, экономического и социально-культурного взаимодействия с университетом.

Литература

1. *Белоус Е.С.* VI фестиваль русской речи иностранных студентов «Берега»: в мире фольклора и фольклорных образов // Актуальные вопросы профессионального образования. 2019. № 2 (15). С. 49–52.
2. *Бурдье П.* Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 60–74.
3. *Копылов И.А., Пономарев А.В.* Потенциал ассоциации выпускников в формировании гибких навыков // Бизнес. Образование. Право. 2024. № 2(67). С. 515–520.
4. *Лагусева Н.Н., Лоншакова Н.А., Жидких В.А.* Ассоциация выпускников вуза как интегрированный проект образовательно-воспитательной среды вуза и профессионального сообщества // Гуманизация образования. 2024. № 2. С. 83–91.
5. *Мельникова Е.В., Овчар Н.А., Казанова Н.В.* Реализация концепции «мягкой силы» при обучении иностранных студентов в России (на примере ВолгГТУ) // Primo Aspectu. 2024. № 1(57). С. 82–88.
6. *Новоселова Э.А.* Управление отношениями ALUMNI как способ повышения привлекательности ВУЗа на рынке образовательных услуг // Современные проблемы науки и образования. 2020. № 3. С. 68.
7. *Пескова О.С., Борискина Т.Б., Мершиева Г.А., Самсонова Е.В., Самсонова М.В., Цыганкова В.Н.* Разработка стратегии привлечения иностранных студентов в университеты Российской Федерации // Креативная экономика. 2022. Т. 16. № 6. С. 2495–2514.
8. *Петрунева Р.М., Казанова Н.В., Мельникова Е.В.* Ассоциация выпускников ВолгГТУ: дебют на фоне пандемии // Primo Aspectu. 2021. № 4(48). С. 70–76.
9. *Самойлова Н.В., Мельникова Е.В., Казанова Н.В.* Опыт реализации интегративного подхода при выполнении дипломных и курсовых проектов в техническом университете // Primo Aspectu. 2025. № 4(64). С. 52–57.
10. Устав ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет». – URL: https://www.vstu.ru/upload/sveden/document/ustav_izmeneniya.pdf (дата обращения 22.03.2026).
11. *Coleman J.S.* Social Capital in the Creation of Human Capital // American Journal of Sociology. 1988. Vol. 94. N. 1. Pp. 95–120.
12. *Putnam R.D.* Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster, 2000. 544 p.

References

1. *Belous E.S.* The 6th Festival of Russian Speech for International Students “Berega”: In the World of Folklore and Folkloric Imagery // Current Issues in Professional Education. 2019. No. 2(15). P. 49–52.
2. *Bourdieu P.* Forms of Capital // Economic Sociology. 2002. Vol. 3. N. 5. P. 60–74.
3. *Kopylov I.A., Ponomarev A.V.* The Potential of an Alumni Association in Developing Soft Skills // Business. Education. Law. 2024. N. 2(67). P. 515–520.
4. *Laguseva N.N., Lonshakova N.A., Zhidkikh V.A.* A University Alumni Association as an Integrated Project of the University’s Educational and Upbringing Environment and the Professional Community // Humanization of Education. 2024. N. 2. P. 83–91.
5. *Melnikova E.V., Ovchar N.A., Kazanova N.V.* Implementing the “Soft Power” Concept in the Education of International Students in Russia (Based on the Example of VolgGTU) // Primo Aspectu. 2024. N. 1(57). P. 82–88.
6. *Novoselova E.A.* Alumni Relations Management as a Method for Enhancing a University’s Attractiveness in the Educational Services Market // Modern Problems of Science and Education. 2020. N. 3. P. 68.
7. *Peskova O.S., Boriskina T.B., Mershieva G.A., Samsonova E.V., Samsonova M.V., Tsygankova V.N.* Development of a Strategy for Attracting International Students to Universities in the Russian Federation // Creative Economy. 2022. Vol. 16. N. 6. P. 2495–2514.

8. *Petruneva R.M., Kazanova N.V., Melnikova E.V.* The VolgGTU Alumni Association: A Debut Amidst the Pandemic // Primo Aspectu. 2021. N. 4(48). P. 70–76.
9. *Samoylova N.V., Melnikova E.V., Kazanova N.V.* Experience in Implementing an Integrative Approach in the Execution of Diploma and Course Projects at a Technical University // Primo Aspectu. 2025. N. 4(64). P. 52–57.
10. Charter of the FSBEI HE “Volgograd State Technical University”. – URL: https://www.vstu.ru/upload/sveden/document/ustav_izmeneniya.pdf (accessed 22.03.2026).
11. *Coleman J.S.* Social Capital in the Creation of Human Capital // American Journal of Sociology. 1988. Vol. 94. N. 1. P. 95–120.
12. *Putnam R.D.* Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster, 2000. 544 p.

Статья поступила в редакцию 31.05.2026; одобрена после рецензирования 12.06.2026; принята к публикации 14.06.2026.
The article was submitted 31.05.2026; approved after reviewing 12.06.2026; accepted for publication 14.06.2026.