

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 659

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-3-695-704>

Шифр научной специальности 5.9.9



## Тематическое направление «взаимодействие с выпускниками» в вузовских медиа

Андрей Васильевич Прохоров  , Тамара Геннадиевна Пядышева 

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

 [proh\\_and@rambler.ru](mailto:proh_and@rambler.ru)

### Аннотация

**ВВЕДЕНИЕ.** Исследование посвящено аспектам освещения тематического направления «взаимодействие с выпускниками» в университетских медиа. В российских вузах сложились традиции взаимодействия с выпускниками через сообщества (ассоциации выпускников, клубы), финансовый инструмент (фонд целевого капитала). Внимание к теме взаимодействия с выпускниками в университетских медиа объясняется тем, что их успешность рассматривается в качестве маркера качества подготовки специалистов в вузе. Для университета важны преемственность поколений выпускников и сохранение традиций. Истории выпускников в университетских медиа позволяют формировать желаемый образ будущего для абитуриентов вуза, действующих студентов. Освещение карьерных траекторий выпускников, их достижений способствует повышению престижа отдельных профессиональных сфер. **МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ.** Эмпирическую базу составили материалы в университетских медиа и контент в новых медиа о работе с выпускниками (официальные сайты, корпоративные издания, официальные каналы в социальных сетях, тематические медиапроекты) за 2023–2025 гг. **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.** Теоретическую базу исследования составили работы, посвящённые аспектам взаимодействия с выпускниками, особенностям функционирования сообществ выпускников и эндаумент-фондов. Анализ контента за период с 2023 по 2025 г. свидетельствует о повышении частотности материалов по тематическому направлению «взаимодействие с выпускниками». Тематическое направление «взаимодействие с выпускниками» получило развитие в специальных рубриках и спецпроектах корпоративных медиа и в социальных сетях университетов, в востребованных форматах подкаста и видеоблогов. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Тематическое направление «взаимодействие с выпускниками» является одним из ключевых направлений имиджевой политики современных университетов, что находит отражение в университетских медиа.

**Ключевые слова:** вузовские медиа, новые медиа, подкаст, выпускники, ассоциация выпускников

**Финансирование.** Это исследование не получало внешнего финансирования.

**Вклад авторов:** А.В. Прохоров – разработка концепции исследования, анализ медиаконтента, анализ полученных результатов, написание черновика рукописи. Т.Г. Пядышева – обработка и редактирование материала, поиск и анализ литературы, подготовка итогового варианта статьи.

**Конфликт интересов.** А.В. Прохоров является членом редакционной коллегии журнала «Неофилология», но не имеет никакого отношения к решению опубликовать эту статью. Статья прошла принятую в журнале процедуру рецензирования. Об иных конфликтах интересов авторы не заявляли.

**Для цитирования:** Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Тематическое направление «взаимодействие с выпускниками» в вузовских медиа // Неофилология. 2025. Т. 11. № 3. С. 695-704. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-3-695-704>

ORIGINAL ARTICLE

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-3-695-704>

OECD 5.08; ASJC 3315



## Thematic area “interaction with alumni” in university media

Andrei V. Prokhorov  , Tamara G. Pyadysheva 

Derzhavin Tambov State University  
33 Internationalnaya St., Tambov, 392000, Russian Federation  
 [proh\\_and@rambler.ru](mailto:proh_and@rambler.ru)

### Abstract

**INTRODUCTION.** The study is dedicated to aspects of covering the thematic area of “alumni engagement” in university media. Russian universities have established traditions of interacting with alumni through communities (alumni associations, clubs) and financial instruments (endowment funds). Attention to the topic of interaction with graduates in university media is explained by the fact that their success is considered a marker of the quality of specialist training at the university. For the university, the continuity of alumni generations and the preservation of traditions are important. Alumni stories in university media allow for shaping the desired image of the future for prospective and current students. Highlighting graduates’ career paths and achievements contributes to raising the prestige of specific professional fields. **MATERIALS AND METHODS.** The empirical basis consisted of materials from university media and content in new media about working with graduates (official websites, corporate publications, official social media channels, thematic media projects) from 2023–2025. **RESEARCH RESULTS.** The theoretical basis of the study was formed by works dedicated to aspects of interaction with alumni, the specifics of the functioning of alumni communities, and endowment funds. Content analysis for the period from 2023 to 2025 indicates an increase in the frequency of materials on the thematic area of “alumni engagement”. The thematic area of “interaction with alumni” has developed in special sections and special projects of corporate media and on universities’ social media, in the popular podcast and video blog formats. **CONCLUSION.** The thematic area of “interaction with alumni” is one of the key directions of the image policy of modern universities, which is reflected in university media.

**Keywords:** university media, new media, podcast, alumni, alumni association

**Funding.** This research received no external funding.

**Author’s Contribution:** A.V. Prokhorov – research concept development, media content analysis, analysis of the results obtained, writing original draft preparation. T.G. Pyadysheva – material processing and editing, literature research and analysis, final version of the manuscript editing.

**Conflict of Interest.** A.V. Prokhorov is a member of the Editorial Board of the journal “Neophilology”, but has nothing to do with the decision to publish this article. The article has passed the review procedure accepted in the journal. The authors did not declare any other conflicts of interest.

**For citation:** Prokhorov, A.V., & Pyadysheva, T.G. Thematic area “interaction with alumni” in university media. *Neofilologiya = Neophilology*, 2025;11(3):695-704. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-3-695-704>

### ВВЕДЕНИЕ

Важным направлением имиджевой политики современного университета является взаимодействие с выпускниками. Спектр форматов такого взаимодействия широк: от интеграции в реализацию образовательных программ в качестве преподавателей-

практиков и наставничества на производственной практике до участия в формировании эндаумент-фонда вуза. Работа университетов с выпускниками осуществляется в формате сообществ, наиболее очевидными из которых являются ассоциации выпускников и клубы выпускников.

Тематическое направление «взаимодействие с выпускниками» находит отражение в университетских медиа (официальный сайт, корпоративные издания, социальные сети) через систематическое освещение различных форм взаимодействия с выпускниками, карьерных траекторий выпускников и их историй успеха. Нередко это реализуется через рубрики, спецпроекты, тематические медиапроекты (подкасты, блоги).

Внимание к теме выпускников в университетских медиа объясняется, во-первых, тем, что их успешность рассматривается в качестве маркера качества подготовки специалистов в вузе. Во-вторых, важным аспектом для университета является преемственность поколений выпускников, сохранение традиций. В-третьих, яркие истории выпускников позволяют «рисовать» желаемый образ будущего для абитуриентов вуза, действующих студентов («кем я могу стать по окончании университета»). В-четвёртых, освещение карьерных траекторий выпускников и их достижений способствует повышению престижа отдельных профессиональных сфер. В-пятых, выпускники выступают носителем бренда университета, его амбассадорами.

Цель исследования заключается в анализе форм освещения тематического направления «взаимодействие с выпускниками» в университетских медиа.

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Теоретическую базу исследования составили работы, посвящённые различным аспектам работы с выпускниками (интеграция в реализацию образовательных программ, наставничество во время производственных практик) [1–2], функционированию сообществ выпускников (ассоциаций, клубов) [3–6], тематическим направлениям контента университетских медиа в контексте имиджевой политики [7–8].

Эмпирическая база исследования охватывает материалы в университетских медиа и контент в новых медиа о работе с выпускниками (официальные сайты, корпоративные издания, официальные каналы в социальных

сетях, тематические медиапроекты) за 2023–2025 гг.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В ряде наших работ мы представили тематические направления, характерные для университетских медиа. Результаты исследования базировались на анализе контента за 2019–2020 гг. Ключевыми тематическими направлениями стали: «образование, наука и инновации, воспитательная работа и патриотическое воспитание, спорт, университет, профориентация, персона» [7, с. 172]. Анализ контента в университетских медиа последних лет свидетельствует о том, что данный перечень можно дополнить блоком «взаимодействие с выпускниками», которое является важным направлением имиджевой политики университета. Эксперты справедливо отмечают, что выпускники являются «одним из наиболее ценных активов вуза», чьи достижения усиливают репутационные характеристики учебного заведения [2, с. 131].

Получил заметное развитие **формат сообществ** в качестве инструмента взаимодействия вуза с выпускниками (ассоциация, клуб). Такие сообщества «выступают коммуникативными, рекреационными, респектабельными центрами» [2, с. 131]. Миссия сообществ выпускников вузов удачно сформулирована в работе И.В. Копытова, по мнению которого она связана с «укреплением корпоративного духа всех поколений выпускников, в сплочении и социальном продвижении выпускников, их самореализации, повышении эффективности использования интеллектуального потенциала выпускников и возможностей альма-матер по подготовке и переподготовке кадров, востребованных на рынке труда, успешных в карьерном росте» [3, с. 67].

Тематическое направление «взаимодействие с выпускниками» в первую очередь связано с освещением деятельности **сообществ выпускников** (ассоциаций, клубов): общеуниверситетских, а также сформированных вокруг специальности или направления подготовки, института или факультета, выпускающей кафедры [6]. На страницах

**сайтов ассоциаций**, как правило, сформулирована миссия, цели и задачи сообщества, представлен устав, регламентирующий функционирование сообщества, условия вступления, программы лояльности для выпускников. Например, миссия Ассоциации выпускников Санкт-Петербургского государственного экономического университета заключается в «объединении выпускников в динамичное и заинтересованное сообщество для:

- развития профессиональных, творческих и научных связей внутри сообщества и с Университетом;
- повышения конкурентоспособности Университета;
- сохранения и приумножения ценностей и уникальности университетского образования, культуры и традиций»<sup>1</sup>.

Миссия Ассоциации выпускников раскрывается через её цели и задачи. Например, целью функционирования сообщества выпускников Омского государственного технического университета является «повышение качества их жизни и рейтинга университета». Обозначенная цель реализуется через решение следующих задач:

- «объединение выпускников разных поколений;
- содействие профессиональному росту выпускников, студентов и работников ОмГТУ;
- повышение общественной значимости и признания ОмГТУ в России и за рубежом;
- установление взаимовыгодных связей между ОмГТУ, бизнесом и выпускниками;
- иные задачи, не противоречащие целям и задачам Ассоциации, не противоречащим действующему законодательству»<sup>2</sup>.

С 1991 г. функционирует Ассоциация выпускников МГИМО, которая нацелена на объединение выпускников по общности профессиональных интересов и увлечений. Ассоциация призвана обеспечивать поддер-

жание связей с университетом, способствовать обмену опытом, реализации совместных идей и проектов. Большое значение, в силу специфики университета, отводится взаимодействию с выпускниками из других стран. На сайте обозначены основные направления деятельности Ассоциации: «организация ежегодного Дня МГИМО; создание и развитие клубов выпускников МГИМО за рубежом (34 зарубежных ассоциаций); проведение деловых мероприятий – конференций, коктейлей, форумов; проведение культурных мероприятий (арт-, фотовыставки); проведение юбилейных встреч факультетов и курсов; благотворительная и другая социально-ориентированная деятельность; поддержка выпускников-ветеранов; продвижение бренда МГИМО»<sup>3</sup>.

Ассоциация выпускников Томского политехнического университета также обладает разветвлённой структурой, состоящей из 49 филиалов Ассоциации на предприятиях, рассредоточенных в города от Комсомольска-на-Амуре до Санкт-Петербурга. Центр содействия выпускникам «Томский политехник» в Москве объединяет более 500 выпускников ТПУ. Филиалы Ассоциации ТПУ функционируют в Китае, Вьетнаме, Казахстане, Узбекистане<sup>4</sup>. На представительства Ассоциации выпускников ТПУ на предприятия возлагается ряд задач, среди которых: содействие заключению и реализации соглашений между предприятиями и университетом; организация лекций сотрудников ТПУ для сотрудников предприятий-партнёров; обучение и повышение квалификации сотрудников предприятий на базе ТПУ; организация стажировок преподавателей и производственных практик студентов на предприятиях и т. д.

На сайте СПбГУ представлены привилегии членов Сообщества выпускников университета, например: посещение читальных залов Научной библиотеки, музеев СПбГУ без экскурсионного обслуживания. Сообще-

<sup>1</sup> Ассоциация выпускников СПбГЭУ. URL: <https://econ.spbu.ru/ru/fakultet/vypusknikam/associaciya-vypusknikov> (дата обращения: 08.08.2025).

<sup>2</sup> Ассоциация выпускников ОмГТУ. URL: [https://omgtu.ru/general\\_information/alumni\\_association/missiya\\_assotsiatsii.php](https://omgtu.ru/general_information/alumni_association/missiya_assotsiatsii.php) (дата обращения: 08.08.2025).

<sup>3</sup> Ассоциация выпускников МГИМО. URL: <https://mgimo.ru/alumni/club/> (дата обращения: 11.08.2025).

<sup>4</sup> Ассоциация выпускников ТПУ. URL: <https://alumni.tpu.ru/cooperation/alumni-association/> (дата обращения: 10.08.2025).

ство выпускников СПбГУ организует встречи по запросам самих выпускников – участников сообщества. Члены Сообщества могут заказать проект в клинике университета. Для действующих студентов «Клиническая практика» – это возможность получения практических навыков без отрыва от учебного процесса для решения задач, поставленных клиентом (заказчиком или работодателем), члены Сообщества выпускников могут выступать в роли заказчика. В СПбГУ функционирует 21 клиника, среди которых «Клиника коммуникационных проектов», «Социологическая клиника прикладных исследований», «Психологическая клиника», «Архивный центр», «Центр прикладных исследований», «Музейно-архитектурная клиника» и т. д.

Некоторые ассоциации выпускников имеют девиз (слоган), например: «Девиз: Вместе – Мы сильнее» у Омского государственного технического университета, «Бывших грибоедовцев не бывает» у Московского университета им. А.С. Грибоедова.

Направление «взаимодействие с выпускниками» раскрывается в материалах на официальных сайтах вузов и в корпоративных медиа, контенте новых медиа, посвящённых функционированию ассоциаций и клубов выпускников.

В стенах ТГУ имени Г.Р. Державина действует «Неформальный клуб выпускников #рекламатгу», объединяющий выпускников специальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью». Основной формат работы клуба – встречи и мастер-классы от выпускников, добившихся профессиональных успехов в сфере продвижения [6]:

*«Первое правило неформального клуба выпускников – все должны знать о клубе 😊»*

*В Державинском к 20-летию рекламного образования в Тамбовской области стартовал новый сезон встреч выпускников специальности «Реклама и связи с общественностью». На мастер-классах выпускники делятся со студентами своим опытом»<sup>5</sup>.*

<sup>5</sup> Телеграм-канал Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина. URL: <https://t.me/tsutmb/3479> (дата обращения: 10.07.2025).

Важной формой взаимодействия «вуз – выпускник» является включённость выпускников в реализацию образовательных программ, которая предполагает разные степени участия: от разовых мастер-классов, посвящённых наиболее актуальным проблемам профессиональной сферы, до роли преподавателя-практика и чтения отдельных курсов. В исследовании Н.Я. Макаровой представлены современные подходы к интеграции выпускников факультета журналистики РГГУ в образовательную программу: «в образовательных программах высшего образования всех уровней (бакалавриат и магистратура) факультета журналистики РГГУ взаимодействие с выпускниками занимает особое место, оно органично интегрировано в учебный процесс» [1, с. 77]. Так, например, выпускники принимают участие в тьюторской неделе, задачи которой касаются вопросов адаптации первокурсников в вузе. Выпускники знакомят первокурсников с ценностями и традициями вуза, отвечают на волнующие их вопросы («Сложно ли сдавать первую сессию?», «Где проходили практику?», «Как нашли работу?»). Примечательны и другие виды взаимодействия. В рамках одной из дисциплин профессионального цикла студенты получают задание найти и взять интервью с одним из выпускников РГГУ. Подборка интервью представлена на сайте журфака РГГУ в разделе «Выпускники»<sup>6</sup>. Кроме того, выпускники проводят мастер-классы для студентов, выступают наставниками во время преддипломной практики [1].

Инструментом взаимодействия университета с выпускниками выступает эндаумент-фонд (фонд целевого капитала). Суть фонда целевого капитала в том, что средства фонда остаются неприкосновенными, а получаемый доход распределяется на целевые нужды (например, стипендии для талантливых абитуриентов, студентов). Первоначально практика функционирования таких фондов сложилась в зарубежных университетах. Начиная с 2000-х гг. стала распространяться и в системе отечественного высшего образо-

<sup>6</sup> Журфак РГГУ. URL: <https://www.rsuh.ru/education/media/journalism/graduates/> (дата обращения: 10.08.2025)

вания. Опыт оказался достаточно успешным в практике ведущих российских вузов (МГИМО, Финансовый университет при Правительстве РФ) «в том числе и благодаря существующим объединениям, ассоциациям выпускников, а вот региональные вузы, с иными объёмами финансирования и весьма высокой значимостью для региона, идут по пути формирования оптимальной стратегии, одной из основ которой выступает работа с выпускниками вуза. Создаются ассоциации выпускников, выполняющие широчайший спектр функций в системе вуз – выпускник, аккумулирующие и репрезентующие социальный капитал / активы обеих сторон» [2, с. 132].

Освещение направлений расходования средств доходной части фонда целевого капитала в университетских медиа выступает, своего рода, отчётом перед общественностью. В то же самое время именно через публикации в университетских медиа объясняется целесообразность подобного фонда.

В материалах издания «Сталь» (НИТУ МИСИС) аудиторию знакомят с целью создания эндаумент-фонда: «создан фонд был с целью финансирования инновационных, образовательных, научных и инфраструктурных проектов и формирования сообщества выпускников» (Сталь. 2024. № 4-5. С. 4). Обозначается роль выпускников в работе фонда: «благотворители фонда – успешные выпускники Университета МИСИС». Отмечается, что участие в формировании фонда будет способствовать формированию «культуры филантропии», а сам эндаумент-фонд – это «ниточка, обеспечивающая преемственность поколений» (Сталь. 2024. № 4-5. С. 4).

В социальной сети ВКонтакте Томского государственного университета (пост от 25 декабря 2024 г.) говорится о том, что более 170 студентов университета стали стипендиатами Эндаумент-фонда в 2024 г. Директор Эндаумент-фонда ТГУ Мария Булыгина поясняет, как и на какие средства формируется фонд, какую роль он играет в подготовке молодых специалистов: «Это не просто деньги, которые есть в университете. Мы рассказываем, как появился и работает эндаумент, как формируется его доход, как в

этом участвуют выпускники прошлых лет. Делая взносы в целевые капиталы, они проявляют заботу о современном поколении студенчества. Хочется, чтобы ребята не забывали об этом и после выпуска из альма-матер тоже помогали её студентам»<sup>7</sup>.

Выпускники являются примером, ориентиром для студентов университета, поэтому значительная доля публикаций связана с карьерными успехами выпускников, с фигурами ярких, знаковых, высокопоставленных выпускников. В материале, посвящённом кинорежиссёру, выпускнику МИСИС Юрию Каре, «В МИСиС я получил знание жизни» (Сталь. 2025. № 1-3) акцентируется внимание на успехи выпускника технического вуза в творческой сфере: «Университет МИСИС дал стране и миру не только множество высококвалифицированных инженеров и выдающихся учёных, но и немало творческих людей. Среди них – знаменитый кинорежиссёр Ю. Кара, снявший фильмы «Завтра была война», «Воры в законе», «Пираты Валтасара, или Ночь со Сталиным», «Мастер и Маргарита», «Звезда эпохи» и другие» (Сталь. 2025. № 1-3. С. 9-10).

В интервью Джумбери Леонтович Ткебучава, первый заместитель генерального директора АО «Концерн Росэнергоатом» по корпоративным функциям, выпускник Горного института, говорит о роли института для членов его семьи: «Горный институт для нашей семьи значит очень многое. Нам с младшим братом (он окончил тот же факультет, только на два года позже) институт дал путёвку в жизнь. Брат потом работал по специальности, прошёл путь до директора шахты» (Сталь. 2025. № 1-3).

Университетская газета «Воронежский университет» рассказывает о карьерном пути выпускника журфака Алексея Елецких, который в настоящее время является арт-директором одного из самых известных туристических объектов Воронежской области – парка семейного отдыха «НЕЛЖА.РУ» (Воронежский университет. 2025. № 1. С. 8-10).

<sup>7</sup> Группа Томского государственного университета в ВКонтакте. URL: [https://vk.com/wall-10540\\_80784](https://vk.com/wall-10540_80784) (дата обращения: 10.08.2025).

Внимание к теме выпускников прослеживается и в фоторубриках, основу которых составляют архивные фотографии. В фоторубрике «Стоп-кадр: выпускники университета – министры» на чёрно-белых фотографиях советского времени представлены выпускники университета МИСИС, занимавшие высокие государственные посты в руководстве СССР: Министр высшего образования СССР В. Елютин, Министр цветной металлургии СССР П. Ломако, Министр торговли СССР В. Жаворонков, Министр угольной промышленности СССР Б. Братченко (Сталь. 2025. № 1-3. С. 14).

Высокое качество подготовки выпускников в медиа вузов иллюстрируется показателями их востребованности на рынке труда, например: «95,6 % выпускников уже трудоустроены в ведущие компании страны: ОМК, «Металлоинвест», ГК «Росатом», ГК «Роскосмос», «Северсталь», «Норникель», «Уральская сталь», «Фосагро», «Севмаш», «ЕвроХим», Сбер и многие другие» (Сталь. 2024. № 8-9. С. 1).

В социальных сетях университетов и их учебных подразделений тематическое направление «взаимодействие с выпускниками» отражено в соответствующих тематике материалах и профильных рубриках.

В официальной группе Финансового университета при Правительстве РФ ВКонтакте размещена ссылка на материалы журнала Forbes «Образование на миллиард: где и чему учились богатейшие люди России». Подчёркивается, что Финансовый университет при Правительстве РФ входит в топ-10 вузов, выпустивших больше всего миллиардеров, особенно в сфере экономики и управления (32,2 %) – направления, где средний капитал выпускников достигает \$ 4,3 млрд<sup>8</sup>.

В официальной группе Томского государственного университета в социальной сети ВКонтакте говорится о карьерных успехах одного из выпускников:

*«Наш выпускник, победитель конкурса «Учитель года – 2023», Кирилл Базюк назна-*

*чен директором новой школы на Высоцкого в Томске.*

*Профессиональный путь Кирилла начался с обучения в ТГУ на специальности «Физическая культура». С 2016 года работал в школе № 43, где прошёл путь от учителя физкультуры до замдиректора.*

*Поздравляем Кирилла и желаем ему дальнейших успехов, вдохновения и новых достижений в руководстве образовательным учреждением* »<sup>9</sup>.

В официальной группе Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина в социальной сети ВКонтакте представлена рубрика «Мой Державинский» (периодичность – 2–3 поста в месяц). В формате короткого интервью выпускники разных лет и специальностей / направлений подготовки рассказывают о памятных моментах студенчества, профессиональном становлении, успехах и неудачах. Интервью сопровождается фотографиями, иллюстрирующими студенческую жизнь, профессиональное становление, карьерные успехи. Подобный формат, как нам видится, способствует формированию образа успешного выпускника, который нашёл своё место в профессии. Данный позитивный образ выступает ориентиром для профессионального становления студентов.

В группе ВКонтакте Института образования и социальных наук Псковского государственного университета<sup>10</sup> представлена рубрика «Выпускное интервью», в которой выпускники делятся впечатлениями о студенческом времени, напутствуют первокурсников.

Востребованность аудиовизуального контента в совокупности с потенциалом новых медиа по поддержанию отношений с аудиторией объясняет распространение форматов «подкаст» и «видеоблог» в медийной практике университетов [9–10]. Тематическое направление «взаимодействие с выпускниками» может быть эффективно встроено

<sup>9</sup> Группа Томского государственного университета в ВКонтакте. URL: [https://vk.com/wall-10540\\_88485](https://vk.com/wall-10540_88485) (дата обращения: 05.08.2025).

<sup>10</sup> Институт образования и социальных наук Псковского государственного университета. URL: [https://vk.com/edu\\_pskgu](https://vk.com/edu_pskgu) (дата обращения: 05.08.2025).

<sup>8</sup> Группа Финансового университета при Правительстве РФ. URL: [https://vk.com/wall-6319\\_53591](https://vk.com/wall-6319_53591) (дата обращения: 15.07.2025).

в данное направление имиджевой политики университета. В социальных медиа Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина, помимо рассмотренного выше проекта «Мой Державинский», реализуется подкаст о выпускниках «Назад в Державинский», распространяемый на платформах ВКонтакте и Rutube [6, с. 274].

В период с 2024 по 2025 г. на официальной странице вуза в социальной сети ВКонтакте и на платформе Rutube вышли 15 выпусков первого сезона подкаста «Назад в Державинский». Первоначально «Назад в Державинский» – это серия «живых» встреч студентов с проявившими себя в профессии выпускниками. В таком формате проект функционировал в 2021–2023 гг. В 2024 г. получил медийное продолжение. Сейчас «Назад в Державинский» представляет собой серию бесед с выпускниками, проявившими себя в разных профессиональных сферах. В названии подкаста лежит отсылка к фильму «Назад в будущее», сюжет которого связан с путешествием во времени<sup>11</sup>. Среди гостей – педагоги, психологи, врачи, маркетологи, рекламисты, ведущие событий, музыканты. В июне 2025 г. дан старт второму сезону подкаста «Назад в Державинский».

В освещении тематического направления «взаимодействие с выпускниками» нередко прибегают к «разговорным» форматам: преимущественно, интервью, или выпускник в кадре, который знакомит аудиторию с нюансами профессии, карьерными вехами или же делится воспоминаниями о студенческих годах. В канале Российского государственного университета нефти и газа имени И.М. Губкина на платформе Rutube<sup>12</sup> о карьере специалиста-химика рассказывает Дарья Москаленко, эксперт по разработке моторных масел Московского завода смазочных материалов.

<sup>11</sup> Сайт ТГУ имени Г.Р. Державина. URL: <https://tsutmb.ru/news/v-derzhavinskom-vykhodit-podkast-o-vypusknikakh-universiteta-nazad-v-derzhavinskiy/> (дата обращения: 08.08.2025).

<sup>12</sup> «Выпускница университета о своей профессии». URL: <https://rutube.ru/video/b73920f2334c25c2c89c88750a500635/> (дата обращения: 06.08.2025).

Серия видеороликов, объединённых названием «Выпускники – об университете МИСИС», представлена в Rutube-канале МИСИС. Среди гостей рубрики – управляющий директор Загорского трубного завода Иван Михин<sup>13</sup>; заместитель директора Института технологий НИТУ МИСИС по молодёжной политике Анастасия Терехова; руководитель общественных связей и международных отношений муниципалитета Karley Klottey Ханс Бернгард.

К 128-летию Российский университет транспорта на Rutube опубликовал видео «Выпускники РУТ об университете»<sup>14</sup>, в котором выпускники говорят о профессии, профессиональном становлении, дают напутствия студентам.

Востребованным форматом контента в социальных медиа выступают короткие видео (RutubeShorts, VK клипы). Университет МИСИС в социальной сети ВКонтакте в формате коротких видео предлагает рубрику «Капсула времени», в которой абитуриент вуза читает послание от его выпускника, например:

*«Понедельник – время нового послания от выпускников-2025 к абитуриентам Университета МИСИС ♥*

*Сегодняшняя капсула – от выпускницы Института компьютерных наук Алины Ходасевич!*

*#выпускник@nust\_misis #выпускник\_абитуриенту»<sup>15</sup>*

Данная рубрика ориентирована на поддержание преемственности поколений выпускников и студентов вуза.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Тематическое направление «взаимодействие с выпускниками» является ключевым в имиджевой политике университетов, реали-

<sup>13</sup> «Выпускники – об университете МИСИС». Иван Михин. URL: <https://rutube.ru/video/d25e91f819dc303d3c59e6d689a61225/> (дата обращения: 06.08.2025).

<sup>14</sup> «Выпускники РУТ об университете». URL: <https://rutube.ru/video/a3238f96afd46a6b965b6c11ff53316/> (дата обращения: 10.08.2025).

<sup>15</sup> Группа НИТУ МИСИС в ВКонтакте. URL: [https://vk.com/clip-62258607\\_456242043](https://vk.com/clip-62258607_456242043) (дата обращения: 10.08.2025).

зуемой, прежде всего, средствами вузовских медиа. Такое взаимодействие осуществляется через сообщества выпускников (ассоциации, клубы), к задачам которых относят, в том числе, продвижение бренда учебного заведения. Члены ассоциации в этом случае выступают амбассадорами своих альма-матер. Другой формой взаимодействия является эндаумент-фонд – фонд целевого капитала, который формируется, в том числе, усилиями лояльных выпускников.

Обозначенное направление получает активную поддержку в университетских медиа. На сайтах университетов или самостоятельных сайтах представлена программная информация о функционирующих Ассоциациях выпускников (цель, задачи, направления дея-

тельности, основные мероприятия, слоган / девиз ассоциации), а также регламентирующие документы (например, устав ассоциации, правила вступления участников). В социальных сетях у ассоциаций и клубов выпускников функционируют страницы, отражающие деятельность сообществ. В социальных медиа вузов (ВКонтакте, Телеграм) тематика взаимодействия с выпускниками обособлена в рубрики (чаще всего – формат интервью).

В последние годы увеличился объем аудиовизуального контента, посвященного выпускникам вузов. Как правило, это форматы подкастов, видеоблогов, коротких видео, площадками для которых выступают ВКонтакте и Rutube.

#### Список источников

1. Макарова Н.Я. Формы взаимодействия с выпускниками в системе журналистского образования // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2016. № 8. С. 76-83. <https://elibrary.ru/xicpdd>
2. Мельникова Н.Е., Шокин Я.В., Зенько А.А., Крейдер О.А. Управление отношениями с выпускниками вуза // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 3. С. 131-146. <https://doi.org/10.18721/JHSS.11311>, <https://elibrary.ru/mdppqs>
3. Копытов И.В. Об ассоциации выпускников «МИСИС» и «МГИ» // Горная промышленность. 2016. № 6 (130). С. 66-67. <https://elibrary.ru/xhygjpj>
4. Лагушева Н.Н., Лончакова 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. <https://doi.org/10.24412/2541-8734-2024-2-83-91>, <https://elibrary.ru/hsveav>
5. Копылов И.А., Пономарев А.В. Потенциал ассоциации выпускников в формировании гибких навыков // Бизнес. Образование. Право. 2024. № 2 (67). С. 515-520. <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2024.67.1009>, <https://elibrary.ru/nddtqb>
6. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Взаимодействие с выпускниками в зеркале вузовских медиа // Державинский форум. 2025. Т. 9. № 2. С. 274-279. <https://elibrary.ru/ziryzr>
7. Прохоров А.В. Уровневая модель медиауниверсума современного университета. Тамбов: Изд. дом «Державинский», 2021. 244 с. <https://elibrary.ru/gajzkx>
8. Сидорова Т.И., Чемякин Ю.В. Вузовские СМИ в системе корпоративных медиа // Медиаскоп. 2011. № 3. С. 9. <https://elibrary.ru/ohkhyh>
9. Шестерина А.М. К вопросу о типологизации новых медиа // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 931-939. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-931-939>, <https://elibrary.ru/uzuain>
10. Шестерина А.М. Videоблогинг как платформа популяризации ценностей культуры // Этнопсихоллингвистика. 2022. № 3 (10). С. 41-50. <https://doi.org/10.31249/epl/2022.03.03>, <https://elibrary.ru/pcmfhu>

#### References

1. Makarova N.Ya. Forms of interaction with alumni in the system of journalism education. *Vestnik RGGU. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya = RSUH Bulletin. Series: History. Philology. Cultural Studies. Oriental Studies*, 2016, no. 8, pp. 76-83. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xicpdd>

2. Melnikova N.E., Shokin Ya.V., Zenko A.A., Kreider O.A. Management of relations with university alumni. *Obshchestvo. Kommunikatsiya. Obrazovanie = Society. Communication. Education*, 2020, vol. 11, no. 3, pp. 131-146. (In Russ.) <https://doi.org/10.18721/JHSS.11311>, <https://elibrary.ru/mdppqs>
3. Kopytov I.V. About the MISIS and MGI alumni association. *Gornaya promyshlennost' = Mining Industry Journal*, 2016, no. 6 (130), pp. 66-67. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xhygpj>
4. Laguseva N.N., Lonshakova N.A., Zhidkikh V.A. The association of university graduates as an integrated project of the educational environment of the university and the professional community. *Gumanizatsiya obrazovaniya = Humanization of Education*, 2024, no. 2, pp. 83-91. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/2541-8734-2024-2-83-91>, <https://elibrary.ru/hsveav>
5. Kopylov I.A., Ponomarev A.V. The potential of the association of graduates in the formation of soft skills. *Biznes. Obrazovanie. Pravo = Business. Education. Right*, 2024, no. 2 (67), pp. 515-520. (In Russ.) <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2024.67.1009>, <https://elibrary.ru/nddtqb>
6. Prokhorov A.V., Pyadysheva T.G. Interaction with alumni in the mirror of university media. *Derzhavinskii forum = Derzhavin Forum*, 2025, vol. 9, no. 2, pp. 274-279. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ziryzr>
7. Prokhorov A.V. *A Multi-Level Model of the Media Universe of a Modern University*. Tambov, Derzhavinskii Publ. House, 2021, 244 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/gajzcx>
8. Sidorova T.I., Chemyakin Yu.V. University mass-media in the system of corporate media. *Mediascope = Mediascope*, 2011, no. 3, p. 9. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ohkhyh>
9. Shesterina A.M. On the issue of new media typology. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023, vol. 9, no. 4, pp. 931-939. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-931-939>, <https://elibrary.ru/uzuain>
10. Shesterina A.M. Videoblogging as a platform for popularization cultural values. *Etnopsikholingvistika = Ethnopsycholinguistics*, 2022, no. 3 (10), pp. 41-50. (In Russ.) <https://doi.org/10.31249/epl/2022.03.03>, <https://elibrary.ru/pcmfnu>

#### Информация об авторах

**ПРОХОРОВ Андрей Васильевич**, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-1263-695X>, [proh\\_and@ramb-ler.ru](mailto:proh_and@ramb-ler.ru)

**ПЯДЫШЕВА Тамара Геннадиевна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-1275-6740>, [t.pyadysheva@yandex.ru](mailto:t.pyadysheva@yandex.ru)

#### Для контактов:

Прохоров Андрей Васильевич  
e-mail: [proh\\_and@ramb-ler.ru](mailto:proh_and@ramb-ler.ru)

Поступила в редакцию 12.08.2025  
Поступила после рецензирования 16.09.2025  
Принята к публикации 24.09.2025

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

#### Information about the authors

**Andrey V. Prokhorov**, Dr. Sci. (Philology), Associate Professor, Professor of Journalism, Advertising and Public Relations Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-1263-695X>, [proh\\_and@ramb-ler.ru](mailto:proh_and@ramb-ler.ru)

**Tamara G. Pyadysheva**, Cand. Sci. (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Journalism, Advertising and Public Relations Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-1275-6740>, [t.pyadysheva@yandex.ru](mailto:t.pyadysheva@yandex.ru)

#### Corresponding author:

Andrey V. Prokhorov  
e-mail: [proh\\_and@ramb-ler.ru](mailto:proh_and@ramb-ler.ru)

Received 12.08.2025  
Revised 16.09.2025  
Accepted 24.09.2025

The authors has read and approved the final manuscript.