

ИЗМЕНЯЮЩИЙСЯ СОЦИУМ
Социальная структура, социальные институты и процессы.
Политическая социология
CHANGING SOCIETY
Social Structure, Social Institutions and Processes. Political Sociology

Научная статья Социологические науки
УДК 327:378
[https://doi.org/10.53658/RW2025-4-2\(16\)-130-141](https://doi.org/10.53658/RW2025-4-2(16)-130-141)

Актуальные подходы к изучению сообществ выпускников в современном научном дискурсе: к постановке вопроса

Елена Алексеевна Кузьменко✉

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы,
Москва, Россия
kuzmenko_elal@pfur.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4144-2414>

Аннотация. Технологии постакадемической работы с выпускниками образовательных учреждений стали объектом исследований в научной среде сравнительно давно применительно к зарубежным исследованиям и недавно – к отечественным разработкам. Это объясняется трансформациями образовательной системы в России на протяжении короткого (по меркам истории) промежутка времени. Советский опыт работы с выпускниками, в особенности – иностранными гражданами, был оставлен на периферии научной дискуссии в связи с новой конкурентной внутренней образовательной средой, требующей от вузов поисков новых стратегий привлечения абитуриентов и использования для этих целей сообществ выпускников. Цель статьи заключается в выявлении научных подходов к изучению сообществ выпускников, определении их интересантов и характеристике перспективности подходов для практической работы. В статье акцент делается на прагматических и ценностных аспектах взаимодействия выпускников с вузом: поиск мотивации выпускников стать членом ассоциации вуза, постулируемые ценности принадлежности к данному сообществу, потенциал выпускников в сфере двусторонних межгосударственных отношений. По результатам исследования делается вывод, что в научном дискурсе

доминирующую роль играют внутренние экономические аспекты образовательной деятельности: привлечение новых абитуриентов, привлечение бизнес-партнеров, трудоустройство выпускников. Внешнеполитические интересы при работе с выпускниками только начинают подвергаться анализу со стороны политологов и социологов международного профиля. Опыт работы с иностранными гражданами, которые получили образование в других странах, может послужить основой для создания российской стратегии взаимодействия с иностранными выпускниками.

Ключевые слова: иностранные выпускники, alumni studies, образовательная политика, репутация вуза, ассоциации выпускников

Для цитирования: Кузьменко Е.А. Актуальные подходы к изучению сообществ выпускников в современном научном дискурсе: к постановке вопроса // Россия и мир: научный диалог. 2025. № 2(16). С. 130-141, [https://doi.org/10.53658/RW2025-4-2\(16\)-130-141](https://doi.org/10.53658/RW2025-4-2(16)-130-141)

Original article Sociological Sciences
[https://doi.org/10.53658/RW2025-4-2\(16\)-130-141](https://doi.org/10.53658/RW2025-4-2(16)-130-141)

Current Approaches to the Study of Graduate Communities in Modern Scientific Discourse: Posing a Question

Elena A. Kuzmenko✉

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia
kuzmenko_elal@pfur.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4144-2414>

Abstract. Technologies of post-academic work with graduates of educational institutions have been the subject of research in the scientific community for a relatively long time, both in relation to foreign research and recent domestic developments. This is due to transformations in the educational system in Russia within a short period, by historical standards. The Soviet experience of working with graduates (especially foreign citizens) was left out of scientific discussions due to a new competitive internal education environment, forcing universities to find new strategies to attract students and use graduate communities for this purposes. The purpose of the article is to identify scientific approaches to the study of graduate communities, identify their interests, and characterize the prospects for approaches for practical work. The article focuses on pragmatic and value aspects of graduates' interaction with the university: the search for motivation to become a member of the university community, the values of belonging to this community and the potential for graduates in bilateral interstate relations. According to the results of the study, it was concluded that the internal economic aspects of educational activities play a dominant role in scientific discourse, including attracting new applicants, attracting business partners and employing graduates. The foreign policy interests in working with graduates have just begun to be analyzed by international political scientists and sociologists, and the experience

of working with foreign citizens educated in other countries can serve as a basis for creating a strategy for interacting with foreign graduates.

Keywords: foreign graduates, alumni studies, educational policy, university reputation, alumni associations

For citation: Kuzmenko E.A. Current Approaches to the Study of Graduate Communities in Modern Scientific Discourse: Posing a Question. Russia & World: Scientific Dialogue. 2025; 2(16): 130-141, [https://doi.org/10.53658/RW2025-4-2\(16\)-130-141](https://doi.org/10.53658/RW2025-4-2(16)-130-141)

Введение

Современные высшие учебные заведения в России и за рубежом позиционируют себя в образовательном и – шире – общественном пространстве не просто как научно-образовательные институции, но в качестве носителей определенной корпоративной культуры и солидарности. Залогом прочности корпоративной солидарности вуза являются идентификация со своим университетским объединением со стороны студентов, поддержка и ретрансляция ценностей своей альма-матер как во время обучения, так и после его завершения [4, с. 101]. Активная общественная позиция, успешная карьера, выдающиеся достижения выпускников – важный актив вуза, способствующий формированию престижности и привлекательности вуза для абитуриентов и для партнеров из государственного и частного секторов. Именно в таком ракурсе работа с выпускниками представлена в современных работах по alumni studies: сообщества выпускников в научном дискурсе анализируются несколькими интересантами, и акценты этих исследований обусловлены и подчинены целям интересантов. Методика данных исследований сосредоточена на применении преимущественно качественно-количественных эмпирических методов, а именно – опросов, анкетирования, интервьюирования выпускников (alumni studies, alumni surveys, questionnaires, interviews), причем вопросы формулируются главным образом в парадигме парных отношений «вуз – выпускники», практически никогда не выделяя в отдельную категорию выпускников – иностранных граждан. В связи с этими особенностями научного дискурса цель настоящей статьи заключается в интерпретации типичных подходов к изучению сообществ выпускников и дальнейшей постановке вопроса о необходимости расширения проблемного поля, а также выделения сообществ выпускников – иностранных граждан в отдельный предмет исследования. За пределами исследования находятся онлайн-сообщества выпускников в социальных сетях, требующих отдельного методологического подхода.

Материалы и методы

В основе статьи лежит принцип последовательного анализа целей сотрудничества и потребностей в нем акторов посредством изучения нормативно-правовой базы вузов по вопросам поддержки выпускников, а

также реальной практики взаимодействия вуза с выпускниками в форматах как институционализированных, так и неофициальных. При этом сообщества выпускников и вузы интерпретируются как коммуникаторы, имеющие собственные интересы в поддержании регулярного обмена информацией и опытом. В рамках коммуникативного подхода [5] в данной статье упор делается на прагматические и аксиологические аспекты взаимодействия. Вспомогательная методологическая поддержка исследования состоит в использовании принципов теории взаимодействия (interaction studies), заключающихся в выявлении реакций и последствий социального взаимодействия вне коммуникативно-информационной плоскости [6, с. 18].

Источниковую базу исследования составляют результаты анкетирования выпускников, уставы сообществ выпускников, отчеты о практической работе образовательных организаций со своими alumni. Так как цель статьи состоит в постановке вопроса об эффективности существующих научных подходов к изучению сообществ выпускников, география привлекаемого материала носит широкий характер и не замыкается на национальной специфике образовательной системы.

Результаты исследования

Вузы как адресанты alumni studies

Главными инициаторами и адресантами научных исследований постуниверситетского взаимодействия вуза и выпускников являются сами вузы и образовательные организации. Это утверждение справедливо и для российского, и для зарубежного научного дискурса, несмотря на то, что существенные различия в России и в других государствах (особенно – западных) в системе бюджетирования и организации вузов будут обуславливать специфику интенций интересантов.

В качестве ресурса, за который борются вузы, фигурирует «лояльность выпускников» (alumni loyalty). В попытке высчитать эту лояльность и выработать на основе полученных данных эффективные механизмы ее укрепления административные органы учебных заведений тестируют разные методы: от простых опросов-анкетирования закрытого типа (например, Alumni Study 2019)¹ до попыток выстроить кросс-культурные матрицы принятия решений выпускниками [7].

Большинство обзоров и исследований постакадемического поведения выпускников сосредоточены на том, зачем вузу необходимо инициировать создание и поддерживать деятельность сообщества выпускников. В свою очередь, вопрос «Какова заинтересованность со стороны успешного выпускника остаться на связи с вузом?» артикулирован поверхностно и находится на содержательной и методологической периферии. Поиск мотивации выпускников отталкивается

¹ Alumni Study 2019. Master Programme in Strategic Human Resource Management and Labour Relations // University of Gothenburg. URL: www.socav.gu.se.

от факта большей заинтересованности самого вуза и не опирается на значимый эмпирический материал, исходящий от выпускников.

Во-первых, ключевая мотивация со стороны вуза к созданию сообщества выпускников связана с восприятием их в качестве источника престижной репутации вуза. Так, университеты с помощью многочисленных и разнообразных историй успеха, привлечения выдающихся выпускников к системе патронажа и менторства (в том числе в формате «бизнес-структура > вуз») или как минимум открытых семинаров, лекций, мастер-классов формируют репликативную модель амбициозного и профессионально реализованного выпускника, залог успешности которого ассоциативно связывается с образованием, полученным в данном вузе. Вопросы того, как сохранить выпускников в орбите своего влияния, анализируются и профессиональным бизнес-сообществом², однако снова через оптику заинтересованности вуза / студенческого сообщества. Например, анализ программ менторской поддержки со стороны выпускников в стенах своей альма-матер сводится к описанию того, как уникальный опыт выпускника может помочь студенту в процессе профориентации, подготовить к прохождению собеседований, рекомендовать стажировки и дополнительные образовательные курсы³.

Вторым важным аспектом привлекательности успешных выпускников является потенциальная финансовая поддержка с их стороны. Это особенно характерно для американской традиции пожертвований и активной деятельности фондов выпускников. Однако и в современном российском образовательном пространстве всё чаще возникает тема эндаумент-фондов – фондов целевого капитала, предназначенного для использования в некоммерческих целях, преимущественно для финансирования организаций, работающих в сфере образования, медицины, культуры, науки (они существуют в МГИМО, СПбГУ, НИУ ВШЭ и т.д.). Тем не менее вопрос остается тот же: как стимулировать отдельного выпускника, а не крупный институализированный бизнес стать жертвователем подобного фонда?

Поиск ответа на вопрос, какова мотивация выпускников стать членом ассоциации вуза, вынуждает учебные заведения разрабатывать системы поощрений, которые пока выглядят довольно искусственно. Так, предлагаемая система стимулов для привлечения выпускников в организованное сообщество сосредотачивается на:

- доступе к дальнейшему образованию на упрощенных / льготных условиях.

Данная мера, справедливости ради, может иметь привлекательность и для успешных выпускников, и для тех, кто сталкивается с трудностями в поиске работы и профессиональной самореализации;

² Выпустить, но не отпустить: как вузам сотрудничать с бывшими студентами // Forbes Education URL: <https://www.forbes.ru/education/529294-vypustit-no-ne-otpustit-kak-vuzam-sotrudnicat-s-byvsimi-studentami>.

³ В таком объективе, например, преподносится менторская программа Международного института экономики и финансов НИУ ВШЭ. См: Match с выпускником: Как работает менторская программа МИЭФ // МИЭФ НИУ ВШЭ. URL: <https://icef.hse.ru/news/486263379.html>.

• разнообразных форматах ярмарок вакансий и карьерных акселераторов. Такие меры более привлекательны для учащихся последних курсов, и лишь ситуативно – для не вполне удовлетворенных своей профессиональной реализацией выпускников;

• принадлежности к корпоративной культуре, доступе к коммуникации внутри сообщества единомышленников, участию в объединяющих мероприятиях. Однако видится, что эти форматы эффективны только в том случае, если уже на стадии обучения вуз уделяет повышенное внимание созданию у учащихся вузовской идентичности, желанию принадлежать большому сообществу, которое окажется достаточно фасцинирующим и долговременным, чтобы интересовать выпускников на протяжении многих лет после получения диплома. Деятельность сообществ выпускников должна быть заметной и для обучающихся, в противном случае преемственность членов будет под вопросом. Следовательно, аудитория деятельности сообществ выпускников не должна ограничиваться ими самими, а должна быть зрима в период обучения для студентов. При этом функции сообществ выпускников сосредоточены на менторской поддержке студентов различных форматов – уже упомянутые фандрайзинг и пожертвования, эндаумент-фонды, поддержка университетских традиций, ценностей, миссии [10, с. 45], причем содержательно-идеологическое наполнение «традиций» и «миссии» остается весьма расплывчатым.

Сугубо ценностные установки, такие как принадлежность к ассоциации как способ придать имиджу респектабельности, возможность на старте карьеры подчеркнуть свою вхожесть в клуб интеллектуалов, едва ли работают в долгосрочной перспективе и особенно в вузах средней руки. Будучи скопированными с декларируемых ценностей университетов «Лиги плюща» (отметим, что и там эти принципы не работают безупречно) или частных школ «Кларендонской девятки», окончание которых и принадлежность к выпускникам которых упрощают дорогу в старейшие университеты Оксфорд и Кембридж, а также оказываются значимым фактором для вхождения в политическую и бизнес-элиту [3, с. 133], они не отвечают реалиям постакадемических жизненных стратегий не только выпускников в России, но и на постсоветском пространстве, а также в других макрорегионах. Следовательно, калькирование концепции развития Ассоциаций выпускников МГИМО с концепции Йельского университета некорректно и ставит нерешаемые задачи, имеющие высокие шансы остаться на бумаге.

В контексте ценностных установок выпускников не потеряла своей актуальности американская работа по теме постакадемического поведения выпускников «Недавние выпускники и высшее образование. Обзор-исследование выпускников колледжей» [11]. Вышедшее в 1970 г. прикладное исследование ставит в числе многих иных фундаментальные вопросы преемственности в выборе университета несколькими поколениями семьи. Многоступенчатый опрос и глубинные интервью выпускников показали, что наиболее прочные ценностные связи и лояльность сообществу выпускников демонстрируют католические колледжи, причем статистические данные оказываются довольно стабильными на десятилетнем

отрезке времени и не зависят от ответов на вопросы о качестве полученного образования и карьерных предпочтениях. Следовательно, речь идет о приверженности определенным внеакадемическим (в данном случае – христианским католического толка) ценностям еще до поступления в колледж, формировании корпоративной идентичности на базе среднего образования и семейного воспитания. Тем не менее, даже не имея четкой принадлежности к католическому сообществу, выпускники отмечают, что слабые стороны профессионального обучения компенсируются формированием ценностной картины мира, умением ответить на экзистенциальные жизненные вопросы, внедрением универсальных подходов к индивидуальному миромоделированию, что в конечном итоге оказывает влияние на всю последующую жизнь вне зависимости от сферы профессионального приложения [11, р. 68–69]. Эти ценностные принципы оказываются залогом лояльности выпускников, выраженной в наиболее убедительной форме – отправке собственных отпрысков в такие колледжи для получения высшего образования. Это возвращает данную статью к вопросу об аксиологическом наполнении миссии и традиций вуза, суть которых не должна быть выхолащенной и рассчитанной лишь на внешний эффект.

Резюмируя вышеизложенные наблюдения по «духу», а не по «букве», можно прийти к выводу, что выпускники воспринимаются вузами преимущественно как рекрутеры новых абитуриентов, от которых, в свою очередь, зависят финансовые показатели университетов. В такой парадигме подлинными адресатами сообществ выпускников как коммуникативно-профессиональных клубов являются именно потенциальные абитуриенты, а поставленная со стороны вузов задача таких клубов – формировать и поддерживать репутацию вуза, внушить корреляцию индивидуальной успешности с окончанием конкретного вуза. Очевидно, что постулируемые ценности принадлежности к ассоциации выпускников артикулированы нечетко, не убеждают, нуждаются в углублении. При этом в научном дискурсе речь идет преимущественно о внутривузовской аудитории, и задачи, которые ставятся ассоциациям выпускников, не выходят на внешнеполитический вектор. Однако даже общие выводы о поверхностно проработанной мотивации выпускников поддерживать контакт с альма-матер в долгосрочной перспективе оказываются релевантными и для иностранных выпускников, которые на длинной дистанции оказываются еще более оторванными от родных пенатов вуза.

Государственные органы власти как адресанты alumni studies

Вторым адресантом научных исследований сообществ выпускников являются государственные органы власти федерального и регионального уровней. Это особенно характерно для Соединенных Штатов. Для США на уровне общественно-политической жизни изучение выпускников в / вне их университетских или иных сообществ оказывается важным элементом мониторинга тенденций электорального поведения и конкурирования за голоса избирателей. Анкетирование выпускников проводится

не только в интересах вузов, в интересах штатов (в парадигме конкурирования за количество поступающих и, соответственно, объемы финансирования), но также в интересах политической элиты. Самыми частотными вопросами анкетирования при этом являются: 1) удовлетворенность найденной работой после окончания вуза и возможности трудоустройства по специальности; 2) заинтересованность в дальнейшем образовании в этом вузе (есть ли доверие к качеству образования); 3) удовлетворенность условиями обучения, включая организационные, инклюзивные, культурные условия; 4) какие навыки и знания, приобретенные в вузе, наибольшим образом соответствуют профессиональной деятельности по его окончании; 5) гражданская активность учащихся: голосование, волонтерская деятельность, благотворительность, журналистика и т.д. Большинство опросов не охватывает все эти темы, ограничиваясь двумя или тремя из верхней части. Более специфические опросы, проводимые для анализа конкретных программ (обычно магистерских), могут включать такие параметры, как: половая принадлежность, возраст учащихся, наличие / отсутствие профессионального опыта до поступления на программу, язык обучения⁴. На основании полученных данных моделируется картина электоральных предпочтений молодых выпускников [7, р. 20–21].

Работы российских ученых сосредоточены также на внутренних вопросах: влияние выпускников на развитие рынка труда [1], мониторинг трудоустройства молодых кадров, анализ потребностей работодателей и «кастомизация» выпускника вуза, под которой понимается его «настройка и доводка» под специфичные требования конкретного работодателя [2]. Следовательно, ассоциации выпускников как инструменты внутренней и внешней политики практически не фигурируют или используются как агрегаторы, на которых удобно сделать анкетирование.

Менее всего в качестве интересантов alumni studies в научном дискурсе фигурируют внешнеполитические ведомства. Поэтому для демонстрации большого потенциала выпускников в сфере двусторонних межгосударственных отношений будет уместно обратиться к немецким проектам и особенностям работы с выпускниками на внешнеполитическом треке. В качестве продуманного опыта проанализируем пример Католической академической службы зарубежных обменов, поддерживаемой Министерством иностранных дел Германии и другими некоммерческими организациями (Katholischer Akademischer Ausländer-Dienst – далее KAAD) [9], которая характеризует своих выпускников в качестве транснационального капитала Германии. Цель зарубежных обменов постулируется в политико-экономической плоскости без особого камуфлирования: стипендиаты рассматриваются как агенты влияния и политических изменений в своих странах, находящихся в трудном периоде экономических и политических трансформаций. Деятельность этой организации с самого начала ориентирована не только на обучение стипендиатов, но и на их возвращение в страны происхождения (Rückkehrverpflichtung) в соответствии с квотой, предоставленной в зависимости от

⁴ Lars Hansen. Alumni Study 2019. Master Programme in Strategic Human Resource Management and Labour Relations. Gothenburg, Sweden.

направления обучения. Эта квота высчитывается в том числе с учетом параметров востребованности специальности внутри профессионального рынка самой Германии. Так, в частности, квота на возвратность для обучающихся граждан Грузии по программам юриспруденции составляет 90%, при этом ведется статистика, которая отслеживает, какие именно законопроекты предлагают выпускники подобных стипендиальных программ в правовом поле внутри Грузии. Констатируется, что выпускники явились инициаторами законов по профилактике преступности среди молодежи и трансформации грузинского парламентаризма по германскому образцу.

При этом квота возвратности по медицинским специальностям составляет 65% (а по таким специальностям, как математика, информатика, естественно-технические науки – квота 60%), так как учитывает потребности самой Германии в специалистах медицинского профиля. Между оставшимися в Германии и уехавшими в страны происхождения выпускниками поддерживаются связи, базирующиеся преимущественно на принципе непрерывного обучения: повышение квалификации, научные семинары, знакомство с новыми технологиями и т.д. Следовательно, отправной точкой привлечения выпускников является понимание того, что сообщество демонстрирует должный уровень мотивации оставаться в орбите образовательной организации и поддерживать коммуникативные связи между собой по горизонтали только в том случае, если присутствуют четко выраженные преимущества для дальнейшего профессионального роста. В этом контексте показателен кейс палестинских стипендиатов медицинских программ, которые регулярно организуют и участвуют в тренингах по новым тенденциям в педиатрии при финансовом и административном участии КААД. Подобные мероприятия, во-первых, отфильтровывают тех, кто готов повышать свою компетенцию в профессии; во-вторых, развитие данных компетенций происходит в рамках германской научной школы; в-третьих, это способствует формированию установки, что образование Германии является трамплином для карьерного и профессионального роста вне зависимости от географии построения карьеры.

Таким образом, потенциал работы с выпускниками и университетскими ассоциациями (как по внутриполитической повестке, так и на внешнеполитической арене) анализируется в научном дискурсе фрагментарно, ситуативно выделяя интересных среди органов государственной власти, но не вырабатывая системных рекомендаций по работе с выпускниками.

Выводы

Цели и подходы к научному осмыслению взаимодействия вузов и выпускников обусловлены реальной, в том числе материальной, заинтересованностью акторов взаимодействия. В первую очередь интересантами оказываются сами вузы, и чем плотнее и конкурентнее образовательная среда, тем явственнее выражена заинтересованность отдельных вузов в своих выпускниках в качестве потенциальных

рекрутеров следующего поколения абитуриентов. Это обуславливает оптику исследований; проблемное поле сосредоточено на следующих вопросах: зачем и каким образом вуз должен выстраивать работу со своими выпускниками (выгода для образовательной организации, форматы работы с выпускниками, воздействие на студенческую аудиторию)? На периферии, таким образом, оказываются аспекты мотивации самих выпускников откликаться на инициативы вуза и поддерживать долговременное сотрудничество с ним после завершения обучения.

Доминирующее положение в научном дискурсе занимают внутренние экономические аспекты образовательной деятельности и последующего трудоустройства выпускников; гораздо более скромное – внешнеполитический потенциал ассоциаций выпускников – иностранных граждан. Инструменты эффективной работы с выпускниками (как внутри России, так и за ее пределами) все еще далеки от эталонной эффективности, и научное вузовское сообщество ищет ответы в первую очередь на собственные прагматические вопросы. При этом очевидно, что работа над лояльностью выпускников на экспорт является многоступенчатой задачей, требующей привлечения межвузовского и государственного подходов, так как речь идет уже не столько о лояльности вузу, сколько стране-донору образовательных услуг. Зарубежный опыт работы с иностранными гражданами – выпускниками страновых образовательных программ может стать отправной точкой для разработки российской концепции работы с иностранными выпускниками.

Список источников

1. Булатова Г.А., Зайцева Т.М. Взаимодействие вузов и работодателей как фактор формирования профессиональной компетентности выпускников [The Interaction of Universities and Employers as a Factor in the Formation of Professional Competence of Graduates] // Достойный труд – основа стабильного общества: сборник статей VII Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 2015. С. 20–24.
2. Леушин И.О., Леушина И.В. Кастомизация выпускника вуза: иллюзия или требование времени? [Customization of a University Graduate: an Illusion or a Requirement of Time?] // Высшее образование в России. 2020. Т. 29. № 7. С. 56–63. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2020-29-7-56-63>.
3. Мельникова Н.Е., Шокин Я.В., Зенько А.А., Крейдер О.А. Управление отношениями с выпускниками вуза [Managing Relations with University Graduates] // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 3. С. 131–146.
4. Овчинникова М.М. Вуз как корпорация: особенности корпоративной культуры вуза [University as a Corporation: Features of the University's Corporate Culture] // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2012. № 2. С. 100–105.
5. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Communicology: Fundamentals of Communication Theory]. М., 2010.
6. Beebe S.A. Structure-Interaction Theory: Conceptual, Contextual and Strategic Influences on Human Communication // Russian Journal of Linguistics. Vestnik RUDN. 2015. No. 4. P. 17–32.
7. Ewell P.T. Alumni Studies as Instruments of Public Policy: The US Experience // New Directions for Institutional Research. 2005. No. 126. P. 19–29.
8. Iskhakova, L., Hilbert, A., Joehnk, P. Cross-cultural Research in Alumni Loyalty: An Empirical Study among Master Students from German and Russian Universities // Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing. 2020. No. 33(4). P. 457–492. <https://doi.org/10.1080/10495142.2020.1760995>.
9. Krannich S., Hunger U. Das Potential internationaler Studierender an deutschen Hochschulen für die Entwicklung ihrer Herkunftsländer [The potential of international students at German universities for the development of their countries of origin] // Die Hochschule: Journal für Wissenschaft und Bildung. 2021. No. 30(2). S. 108–122.

10. Obeng-Ofori D., Oppong Kwarteng H. Enhancing the Role of Alumni in the Growth of Higher Education Institutions // International Journal of Multidisciplinary Studies and Innovative Research. 2021. Vol. 4. P. 40–48.
11. Spaeth J.L., Greeley A.M., Hesburgh T.M. Recent Alumni and Higher Education. A Survey of College Graduates. Berkeley, 1970.

Информация об авторе

КУЗЬМЕНКО Елена Алексеевна. Кандидат исторических наук. Директор Центра исследований международных гуманитарных коммуникаций Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы. <https://orcid.org/0000-0003-4144-2414>. Адрес: Российская Федерация, 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6. kuzmenko_elal@pfur.ru

Раскрытие информации о конфликте интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Информация о статье

Поступила в редакцию: 28 января 2025 г. Одобрена после рецензирования: 20 марта 2025 г. Принята к публикации: 30 апреля 2025 г. Опубликовано: 1 июня 2025 г.
Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Информация о рецензировании

«Россия и мир: научный диалог» благодарит анонимных рецензентов за их вклад в рецензирование этой работы.

References

1. Bulatova G.A., Zaytseva T.M. The Interaction of Universities and Employers as a Factor in the Formation of Professional Competence of Graduates. Dostoynyj Trud – Osnova Stabil'nogo Obshchestva [Decent Work is the Foundation of a Stable Society]: Proceedings of the VII International Scientific and Practical Conference. Ekaterinburg, 2015:20–24 [In Russian].
2. Leushin I.O., Leushina I.V. Customization of a University Graduate: an Illusion or a Requirement of Time? Vyshee obrazovanie v Rossii [Higher education in Russia]. 2020; 7:56–63 [In Russian]. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2020-29-7-56-63>.
3. Mel'nikova N.E., Shokin Ya.V., Zen'ko A.A., Kreyder O.A. Managing relations with university graduates. Obshchestvo. Kommunikatsiya. Obrazovanie [Society. Communication. Education]. 2020; 3:131–146 [In Russian].
4. Ovchinnikova M.M. University as a Corporation: Features of the University's Corporate Culture. Sovremennaya Vyshaya Shkola: Innovatsionnyj Aspekt [Modern Higher Education: an Innovative Aspect]. 2012; 2:100–105 [In Russian].
5. Sharkov F.I. Communicology: Fundamentals of Communication Theory. Moscow, 2010 [In Russian].
6. Beebe S.A. Structure-Interaction Theory: Conceptual, Contextual and Strategic Influences on Human Communication. Russian Journal of Linguistics. Vestnik RUDN. 2015; 4:17–32 [In English].
7. Ewell P.T. Alumni Studies as Instruments of Public Policy: The US Experience. New Directions for Institutional Research. 2005; 126:19–29 [In English].
8. Iskhakova, L., Hilbert, A., Joehnk, P. Cross-cultural Research in Alumni Loyalty: An Empirical Study among Master Students from German and Russian Universities. Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing. 2020; 33(4):457–492 [In English]. <https://doi.org/10.1080/10495142.2020.1760995>.

9. Krannich S., Hunger U. The potential of international students at German universities for the development of their countries of origin. Die Hochschule: Journal für Wissenschaft und Bildung [The University: Journal of Science and Education]. 2021; 30(2):108–122 [In German].
10. Obeng-Ofori D., Oppong Kwarteng H. Enhancing the Role of Alumni in the Growth of Higher Education Institutions. International Journal of Multidisciplinary Studies and Innovative Research. 2021; 04:40–48 [In English].
11. Spaeth J.L., Greeley A.M., Hesburgh T.M. Recent Alumni and Higher Education. A Survey of College Graduates. Berkeley, 1970 [In English].

About the author

Elena A. KUZMENKO. CandSc. (Hist.). Director of the Center for Research on International Humanitarian Communications, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba. <https://orcid.org/0000-0003-4144-2414>. Address: 6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, 117198, Russian Federation. kuzmenko_elal@pfur.ru

Contribution of the author

The author declares no conflicts of interests.

Article info

Received: January 28, 2025. Approved after review: March 20, 2025. Accepted for publication: April 30, 2025. Published: June 1, 2025.
The author has read and approved the final manuscript.

Peer review info

«Russia & World: Scientific Dialogue» thanks the anonymous reviewers for their contribution to the peer review of this work.