

## «Третья миссия университетов и студенты». Вклад в репутацию и реализацию третьей миссии университета.

### **Введение**

Изучая новый контекст и реалии, через которые прошел университет за последние десятилетия, учитывая проблемы, с которыми он столкнулся за это время, мы хотели бы проанализировать ситуацию в университете с точки зрения «предварительной заинтересованной стороны» в высших учебных заведениях: студентов и того, как университеты справляются с произошедшими изменениями после вспышки пандемии (Клягин & др., 2020). Существует ряд вопросов о том, какое влияние Covid-19 оказал на студентов (Ratten & Jones, 2021; Tinsley, 2020), а также как они выразили свою активную социальную позицию, (Zheng, Khan & Hussain, 2020) действуя на благо общества.

Университеты по всему миру работают над тем, чтобы покинуть свою «башню из слоновой кости», где они долгое время находились в зоне комфорта. Сегодняшний университет занимает в обществе неоднозначную позицию: будучи довольно неуверенным в своей роли, он находится на уровне между предпринимательским университетом и средневековой академией (Van der Zwaan, 2017).

В настоящее время в различных частях мира мы наблюдаем намерение построить более «социально ориентированный университет» (Shek & Hollister, 2017) с упором на региональный подход со стороны студентов. Такой подход включает в себя инновации, предпринимательство и социальную ответственность.

Эта статья не ставит своей целью предложить парадигматическое изменение функции университетов, а скорее поднимает проблему текущей ситуации в мире студентов, также намереваясь облегчить необходимость постоянного переосмысления университета с точки зрения тех, кто находится

в центре внимания вузов: будущего поколения выпускников в условиях постоянных изменений.

В статье рассматриваются вопросы, связанные со студентами, с точки зрения трех миссий университета, а также необходимость привлечения в общество профессионалов, подготовленных для решения проблем цифровой трансформации, с которыми сейчас сталкивается весь мир, и обладающих навыками, которые помогают студентам развить лидерские качества. Интересно рассмотреть, по крайней мере, как происходят изменения в идентичности университета в последние десятилетия, увидеть новые вызовы, с которыми он сталкивается в обществе, и то, как развивает свою третью миссию, учитывая мнение студентов. Эти темы сгруппированы в большие блоки, которые имеют внутренний порядок, начиная со студентов, текущей ситуации в мире и заканчивая третьей миссией университета. Затем мы вернемся к университету, но рассмотрим его с точки зрения репутации, чтобы связать ее с устойчивым развитием, и покажем три примера университетов, которые успешно работают над включением своих студентов и выпускников в такую стратегию.

Эти вопросы требуют концептуального изложения, и чтобы проиллюстрировать это, мы представим несколько примеров передовых практик. В заключение приводятся несколько рекомендаций для размышления над этой темой.

### **Миллениалы меняют сценарий**

В течение последних десяти лет, с тех пор как миллениалы начали «убирать воду» из высшего образования, университеты по всему миру намеревались создавать сквозные проекты, направленные на продвижение предпринимательских инициатив для создания инноваций в отношении студентов, благосостояния и трудоустройства выпускников и для развития общества. Все это должно способствовать консолидации экосистемы, способной привлекать лучшие таланты. Например, в Испании «Фабрика

инноваций» в Университете Наварры ([www.unav.edu/web/innovation-factory](http://www.unav.edu/web/innovation-factory)) — один из тех проектов, который каждый год позволяет более чем ста студентам создавать свои междисциплинарные стартапы. Еще один проект, поощряющий студенческие инициативы, на этот раз в России, — это Бизнес-инкубатор НИУ ВШЭ (HSE Inc), подразделение Высшей школы экономики, которое поддерживает рост числа предпринимателей с 2006 года. HSE Inc работает с молодыми стартапами, начиная с идеи проекта до этапа его масштабирования.

Еще одним аспектом нынешней ситуации является систематическое включение в обучение реальных проблем (Kergel, Heidkamp, Telléus, Rachwał & Nowakowski, 2017; Michael et al., 2018; Tyabaev, Sedelnikova & Voytovich, 2015; Woodruff, Martin, & О'Брайен, 2015). Оно направлено на то, чтобы объединить миссию университета со своими студентами, связав их с его непосредственным окружением для увеличения влияния в обществе и одновременно повышения актуальности процессов обеспечения обучения, продвижения студентов, более синхронизированных с социальными потребностями и изменениями и, следовательно, улучшения репутации вуза и самих студентов.

Таким образом, перед университетом стоит новая задача: открыть двери клуатра, взаимодействовать с обществом, не отказываясь от своей идентичности и своей сущности как университета и сообщества профессионалов (студентов, профессоров, исследователей, администраторов и т. д.), встроенных в свои социальные группы. То есть идти путем повторной переориентации себя в социальном плане, усиления своей миссии (Rumayor, 2019). Другими словами, открытый для общества университет должен оставаться сообществом интересов между профессорами и студентами, которых объединяет поиск истины, и поэтому они не могут отказаться от своей миссии заниматься наукой, продвигая знания (Gonzalez, 2010; Lordache-Platis, 2015), простым и щедрым способом передавая эту

накопленную мудрость новым поколениям. Проблема именно в том, как эффективно осуществить это продвижение в наш глобальный, открытый и сложный мир.

Это видение университета, побуждающее своих студентов искать способы решения социальных проблем в рамках учебного процесса, с упором на региональный подход и систематическое включение этих тем в программу, направлено на усиление этой миссии путем установления связи с их непосредственной средой (Atici, Yasayacak, Yildiz & Ulucan, 2021), как это отражает UI Greometrics ([www.greenmetric.ui.ac.id](http://www.greenmetric.ui.ac.id)). Кроме того, это позволит усилить процессы воздействия и одновременно повысить актуальность процессов обучения, продвижения услуг и обучения служению в соответствии с потребностями студентов, социальными запросами, быстрыми глобальными изменениями (A. J. Martin & Rees, 2019).

Потребности студентов в университете связаны не только со знаниями, но и с тем, чтобы стать «профессионалами T-образной формы»<sup>1</sup>. В любой мыслимой рабочей среде важно сотрудничать с профессионалами из различных дисциплин, тогда как в настоящее время преподавание почти везде основано на доминирующем режиме монодисциплинарного образования и компетентности (Bridgstock, Grant-Iramu & McAlpine, 2019).

Сегодняшние студенты готовятся не только к выбору работы, но и к развитию своих навыков (Sharma, 2018) и способностей, которые помогут им справиться со сложными, постоянно меняющимися задачами в глобализированном и межкультурном мире, что в настоящий момент требует от них не только конкретных знаний, но и навыков их применения в реальных условиях или ситуациях.

Как отмечает в «Высшем образовании 2040» Берт ван дер Цваан, бывший ректор Утрехтского университета, — «Будущее принадлежит

---

<sup>1</sup> T-shaped специалист — это человек, который является экспертом как минимум в одной области, но при этом разбирается во многих других сферах и может свободно поддерживать общение с другими специалистами на базовом уровне.

гражданскому или идейному университету». Эти слова подразумевают наличие большего количества исследований на основе консалтинга, а также участие бизнеса; интеграцию с промышленностью; демократизацию знаний и доступ к университету; важность социального воздействия, которое оказывает университет (передача знаний, наличие профессионалов, значимых исследований).

В качестве примера он приводит кейс Нидерландов, где была создана «Национальная программа исследований Нидерландов» (de Graaf, Rinnooy Kan & Molenaar, 2017), основанная на совместной работе общества и университетов. Эта программа включает в себя 140 всеобъемлющих научных вопросов и является результатом уникальной восходящей инициативы, продвигаемой широкой голландской общественностью и огромным количеством организаций в Нидерландах. Вопросы раскрывают сложность проблем, стоящих перед голландским обществом сегодня, и дают представление о тех областях, на которых голландские научные исследования планируют сосредоточить внимание в ближайшие годы.

С точки зрения такого глобального сценария, студентам по-прежнему будет необходимо давать подробную дисциплинарную подготовку. В настоящее время слишком мало внимания уделяется междисциплинарному обучению, работе и мышлению, и это актуально практически для всех университетов мира (Van der Zwaan, 2017). В будущем следует уделять серьезное внимание подготовке студентов к предстоящим ролям (Bridgstock, 2009; Bridgstock et al., 2019) не только в качестве выпускников университета всех видов профессий, но и в качестве значительного числа лидеров в обществе будущих лет (Lisá, Hannelová, & Newman, 2019).

В рамках ведущей роли университетов одной из ключевых задач будет обеспечение того, чтобы студенты попадали в оптимальное для них место в соответствии с их талантами. Чтобы сделать образование более эффективным, необходимо активно стремиться к созданию университетской

программы бакалавриата с явным социальным воздействием, ведущим к тому, что сразу после завершения программы студенты должны быть готовы выйти на рынок труда и начать карьеру (Helens-Hart, 2019).

### **Университет четвертого поколения: учебные заведения, ориентированные на студентов**

Обсудив роль студентов в университете, мы обратимся к текущему контексту общества и проблемам, с которыми сталкиваются университеты при разработке своей третьей миссии.

Четвертая промышленная революция, в которой анализ больших данных, искусственный интеллект и интернет становятся все более распространенными и которая отмечает новые требования к образованию в настоящее время, также предлагает ряд корректировок традиционного образования и образовательно-обучающих методов, где гуманитарные знания, ошибочно названные «мягкими» навыками и межкультурными компетенциями, среди прочего, приобретают особую ценность, позволяя человеку отличаться от роботов и давая ему возможность творить для собственной выгоды.

Такая реструктуризация высшего образования требует всестороннего согласования университета, начиная с административной структуры, за счет разработки учебных программ, адаптации методов обучения и среды, а также всех тех элементов, которые способствуют постоянной органической интеграции с окружающей средой и ее различными ключевыми факторами заинтересованных сторон (Treadgold, 2018), способствующими созданию положительного имиджа учреждения в глазах общества.

Примером отправной точки для развития третьей миссии вуза по воспитанию у молодежи и студентов культуры социальной ответственности является введение новых дисциплин с учетом предметов основного учебного плана практически во все направления обучения согласно «Основам

социального дизайна» (Ассоциация базовых текстов и курсов (ACTC) или Европейской инициативы в области гуманитарных наук (ELAI)).

Так, несколько высших учебных заведений все чаще применяют методы экспериментального обучения, такие как обучение на основе задач (Perin & Kock, 2021) или обучение на основе проектов (Obacz & Matuska, 2020), а также метод обучения через служение (Buffel, Skyrme & Phillipson, 2017) и метод обучения карьере (Brown, Healy, McCredie & McIlveen, 2019), поскольку считают, что могут помочь улучшить процедуру обучения студентов и явно способствовать необходимости более значимых отношений с участниками образовательного процесса вне этого института.

В контексте обучения, основанного на конкретных задачах, студенты работают с учителями и экспертами в своих сообществах над реальными проблемами, чтобы развить более глубокое понимание изучаемых тем. Так, задачи побуждают студентов к приобретению новых знаний и необходимых ресурсов или инструментов. Одной из таких инициатив является MIT IDEAS Global Challenge ([www.innovation.mit.edu/opportunity/mit-ideas-global-challenge/](http://www.innovation.mit.edu/opportunity/mit-ideas-global-challenge/)) — ежегодный конкурс инноваций и социального предпринимательства для студентов MIT и их сотрудников, который позволяет студентам применять свое MIT-образование в реальных ситуациях для решения проблем качества жизни людей во всем мире.

Принятие этих новых методов помогает университетам более точно соответствовать ожиданиям студентов и других заинтересованных сторон, с которыми они связаны, приносить большую выгоду учебному заведению и его среде, улучшая его репутацию в глазах общественности.

### **Третья миссия: устойчивый университет, созданный студентами для студентов**

Университеты играют уникальную роль в обеспечении устойчивого завтрашнего дня, потому что они отвечают за продвижение важных знаний и

опыта. Вузы несут ответственность за помощь студентам в приобретении навыков и компетенций для понимания важности социальной ответственности и устойчивых методов (Matten & Moon, 2004).

Уже в конце 1800 годов Чарльз Элиот, тогдашний президент Гарварда, взял на себя задачу трансформировать традиционную школу, чтобы соответствовать эпохе индустриализации и урбанизации, которая теперь требует руководителей и управляющих (Davidson, 2017).

Изменения, связанные с так называемой четвертой промышленной революцией, происходят значительно быстрее, чем все предыдущие (Penprase, 2018), что вынуждает как институты, так и университеты искать подходящие формулы согласования, чтобы служить этим новым поколениям (миллениалам и поколению Z), которые родились и развивались в сложном мире, где невозможно предсказать, что будет дальше, но где мы продолжаем обучать молодых людей в основном так же, как это делалось более ста лет назад (Djiwandono, 2017).

Эффективность университета является положительным и статистически значимым фактором экономического развития, поскольку наличие эффективных университетов ведет к прямому увеличению местного валового внутреннего продукта (ВВП). Косвенные эффекты этого явления также проявляются, когда университеты работают в определенной области страны: прилегающие районы получают выгоду и позитивное влияние с точки зрения экономического развития. Хорошим примером устойчивого регионального университета является Университет Наварры (UNAV), который более десяти лет является моделью экономического развития, способствующей тому, что регион Наварра вошел в число самых инновационных регионов Испании и достиг эквивалента 3 % ВВП в расходах на R&D (развитие и исследование).

С другой стороны, этот университет — словно легкие для Памплоны, позволяющие дышать свободно: его кампус занимает 1 137 370 квадратных



метров, из которых застроено только 7,16 %, а 40 % общей площади покрыто зеленью и обильной растительностью. «Устойчивый кампус» — это проект устойчивого развития, который структурирован вокруг пяти областей: велосипедные дорожки; эффективное и чистое управление городскими отходами и водными ресурсами; повышение эффективности освещения; снижение шумового загрязнения; сокращение выбросов CO<sub>2</sub>.

В 2015 году Организация Объединенных Наций подписывает декларацию «Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» с 17 целями по обеспечению устойчивости в ответ на реальные процессы, происходящие в обществе ([www.sdg.un.org](http://www.sdg.un.org) / 2030agenda). Для выполнения этих целей необходимо, чтобы все уровни общества имели к ним отношение, определяя их роль и то, как все участники общества могут внести свой вклад в их реализацию.

Спустя четыре года после этого объявления на горизонте появился рейтинг университетов по версии Times, выпустивший глобальные таблицы результатов деятельности, которые оценивают университеты в сравнении с целями ООН по устойчивому развитию (ЦУР) (Calderón, 2019). Этот рейтинг предлагал всему академическому сообществу пересмотреть свою работу в свете этих 17 целей, адаптированных к реалиям университета. Эту задачу первоначально (2009 г.) приняли более 450 университетов из 76 стран. Во второе издание вошли 768 университетов из 85 стран, из них 47 российских университетов, из которых 3 входят в топ-100 лучших университетов.

В прошлом году во время пандемии отношения между высшим образованием и общественностью были как никогда важны. Это обстоятельство не является чуждым по отношению к университету и выходит за рамки жизни в кампусе, побуждая внутренние заинтересованные стороны (Freeman, 2009) (в первую очередь студентов) выходить в свет и взаимодействовать с окружающими их социальными реалиями, отдавая

приоритет трансформации городской среды через социальное предпринимательство, волонтерство и социальную помощь.

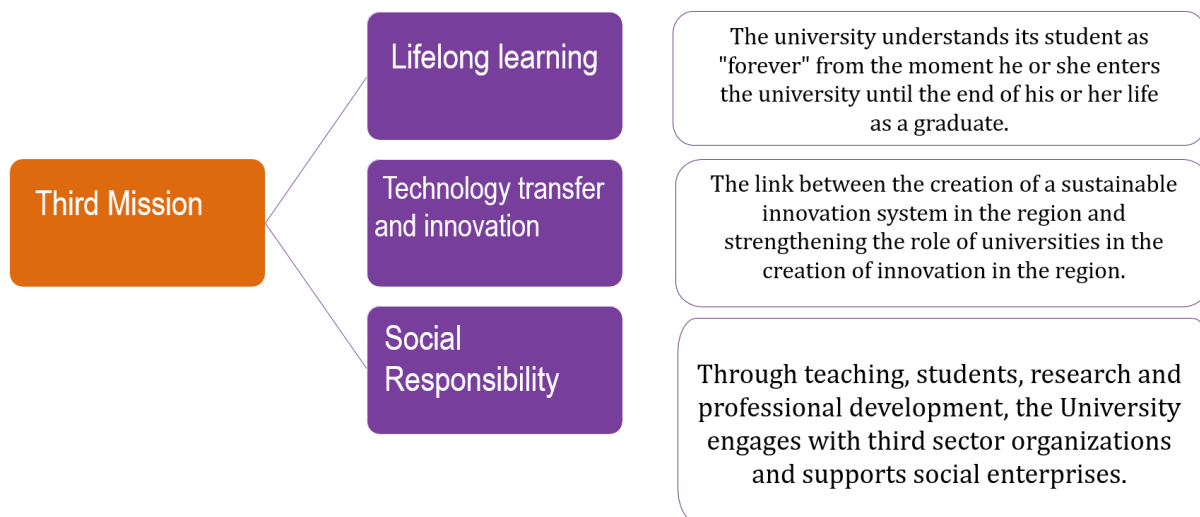
Университеты осознали необходимость отражения своей роли как социально ответственной части общества, и это выходит за рамки реализации процессов качественного обучения, а также генерации и передачи знаний, полученных в результате исследований (Abad-Segura & González-Zamar, 2021), что приводит к сценарию, в котором университет выступает в качестве ключевого фактора, влияющего на прогресс общества через эти возможности, и который одновременно подпитывается этими процессами для обеспечения его устойчивости.

Вузы несут ответственность за то, чтобы учащиеся приобрели навыки и компетенции, необходимые для осознания социальной ответственности и целей устойчивого развития. Сегодня студенты проявляют инициативу и расширяют свои возможности, создавая движение вокруг себя, чтобы улучшить качество жизни в городе, регионе и стране.



**Рис. 1. Действия, которые обычно входят в сферу применения того, что считается третьей миссией**

В этом смысле третья миссия университета строится вокруг трех основных осей, сильно отличающихся друг от друга: обучение на протяжении всей жизни, предпринимательство и инновации, а также социальные обязательства.



**Рис. 2. Направления третьей миссии на основе проекта ЕЗМ**

Предпринимательский подход университета, уже предложенный Кларком (Clark, 1998) или (Slaughter & Leslie, 1997), утверждает, что университет способствует, мобилизует и стимулирует процессы создания технологических компаний (дочерние предприятия университетов) и других действий, которые порождают новые отношения между участниками процесса, что также позволяет получить университетскому бюджету дополнительный доход (Schulte, 2004). В том же смысле инновационный университетский подход включает в свою миссию ответственность за продвижение и создание R&D&I (исследование, развитие и инновации), выступая в качестве агента и продвигающего пространства этих инновационных процессов — подход, который наблюдается также в исследованиях (Sheen, 1992) или (B. Martin & Etzkowitz, 2000).

Сегодня многие университеты обрабатывают данные о созданных дополнительных компаниях (с указанием количества рабочих мест и их текучести), деятельности по консалтингу, маркетингу и использованию

университетского оборудования; количестве профессоров, временно работающих в неакадемических организациях; числе сотрудников неакадемических организаций с временной преподавательской и/или исследовательской деятельностью или стажировкой для студентов. Заявленные патенты или полученные лицензии или патенты также являются показателями открытости для общества и управления новыми отношениями между университетом и компанией, которые мы уже вполне естественно используем (Narpur, 2010).

В определенной степени мы можем сказать, что открытость предпринимательству и инновациям была почти естественным этапом, связанным с обилием имеющихся знаний. К сожалению, мы не можем сказать то же самое о третьем упомянутом элементе: социальной и общественной приверженности территории, или среде, в которой университет действует и на которую влияет. Этот аспект был гораздо менее конкретным и вызвал большой резонанс. Действительно, он может быть более спорным, поскольку носит взрывной характер и напрямую затрагивает масштаб миссии университета, как из его содержания, так и со стороны его участников (Ali, Mustapha, Osman & Hassan, 2021).

Некоторые авторы считают, что включение в университетскую учебную программу общей или специальной подготовки к выполнению своих гражданских обязанностей (включающую в себя как аспекты гражданственности, так и социальной ответственности, а также вносящую положительный вклад в подготовку к трудоустройству), искажает сущность университета.

Некоторые даже спрашивают: разве такие действия, как обучение волонтерской деятельности, заключающееся в развитии конкретных знаний и навыков, и отвлечение от окончания учебы, не укрепляют гражданскую осведомленность или социальную ответственность студентов? Ведь одно дело — пробудить дух предпринимательства и совсем другое — стать

агентством по трудоустройству или превратить университет в неправительственную организацию. Но ответ на эти опасения дал Манчестерский университет, который неуклонно придерживается своих целей в области социальной ответственности как ключевых факторов роста для социального и экономического благополучия своих сообществ ([/www.manchester.ac.uk/discover/social-responsibility/](http://www.manchester.ac.uk/discover/social-responsibility/)).

Манчестер — единственный университет в Великобритании, основной целью которого является социальная ответственность. Для студентов это означает, что университет серьезно относится к этому аспекту. Вот почему он предоставляет всем своим ученикам возможность изменить мир к лучшему с помощью программы Stellify, что означает «преобразовывать или превратиться в звезду».

Социально ответственный университет — это не тот университет, у которого хорошо развита внеучебная деятельность. Это не тот университет, который проводит красочные и успешные благотворительные акции по сбору еды или пожертвований малообеспеченным университетам. Нет ничего более далекого от видения, которое мы хотим представить в этой статье. Социально ответственный университет — это университет, который способен добровольно интегрировать социальные и экологические проблемы в обычную учебную и исследовательскую деятельность, а также в отношения со своими собеседниками или группами по интересам.



*E3M-Project – European Indicators and Ranking Methodology for University Third Mission,  
(Carrión, García-Gutiérrez, Bas and Carot, 2012)*

**Рис. 3. Размеры для ТМ**

Это образ жизни, философия, которая пересекается и связывается с выраженным этическим и гражданским чувством. Этот подход включает все измерения университетской жизни, чтобы они могли эффективно отвечать своей социальной миссии. Одним из инструментов, который придерживается такого подхода, является метод обучения служению, который сочетает преподавание с поощрением социальной приверженности студентов. Он позволяет развивать профессиональные и социальные навыки в рамках социальной деятельности, чтобы соответствовать реальным потребностям своей среды, и может быть включен в обязательные и факультативные предметы. Помимо активного участия в волонтерской деятельности, студенты могут выбирать, планировать, организовывать, реализовывать и оценивать свою работу в процессе обучения.

Таким образом, управление университетом, который придерживается философии социальной ответственности, не означает дополнительное включение внеучебной и социальной деятельности. Речь идет **о целостном развитии** его учебной и исследовательской миссии в рамках схемы социальной ответственности. Сделайте университеты центрами передового опыта в области социально-ответственного обучения, социально-ответственных исследований и социально-ответственного управления.

Именно так студенты и преподаватели действительно вовлекаются в работу рука об руку, чтобы начинать новые проекты, искать новаторские идеи и сотрудничать в социальных мероприятиях, выполняя свои гражданские обязательства.

Участие студентов и сотрудников университета в волонтерской и благотворительной деятельности — один из механизмов реализации его третьей миссии и содействия достижению целей устойчивого развития (Bokhari, 2017).

Таким образом, университет как преимущественно социальный институт (Crow & Dabars, 2015) оживает благодаря участию общества и выражает свою ответственность на уровне вклада в построение более справедливых и поддерживающих сообществ, заявляя о себе в качестве ключевого игрока в развитии территорий и жизни горожан. Такое видение университета является явным двигателем для создания его репутации, позволяя ему продемонстрировать свою социальную функцию и влияние, которое он оказывает на заинтересованные стороны, что может привести к материальным и нематериальным выгодам, способствующим его устойчивости.

### **Управление репутацией: университет глазами студента**

Это соображение, сфокусированное на третьей миссии университета, связано с темой репутации, но очень косвенным образом. Создается впечатление, что деятельность, связанная с третьей миссией, положительно повлияет на общественное мнение. Тем не менее, есть авторы, доказывающие, что цель третьей миссии — не в самой деятельности, а в ее постоянстве и эффективности, что согласуется с концепцией о том, что хорошие качества университета приводят к возникновению его положительной репутации у заинтересованных сторон.

Выяснение мнения заинтересованных сторон является отправной точкой для создания положительной репутации, из которой должны исходить стратегические предложения и решения по улучшению, ведущие к постоянному инновационному процессу. Этот процесс определяется тремя действиями: знать, решать, вводить новшества. Вкратце: «чтобы улучшить репутацию, нужно улучшить реальность» (Mora, 2020). Следовательно, репутация не культивируется, если ею неправильно управлять. Это объективное измерение репутации как объекта «директивного действия».

Иногда кажется, что репутацией невозможно управлять, что это собственность, принадлежащая обществу, которая ценит университет, и что репутация — это воспринимаемое качество. Однако оно включает в себя все аспекты университета (образование, исследования и социальную ответственность), которые сегодня воспринимаются с точки зрения создания и поддержания репутации.

Мы говорим о двух наборах факторов, чтобы объяснить оценки, сделанные разными аудиториями при рассмотрении репутации. С одной стороны, необходимо уделять внимание объективным факторам, то есть тем, которые максимально отражают реальность рассматриваемого высшего учебного заведения. С другой стороны, они должны учитывать субъективные факторы, которые регулируют интересы, ожидания и восприятие тех, кто выносит суждения (Naval, 2015).

В связи с этим управление репутацией университета должно включать вопросы социальной ответственности, коммуникации и того, как управлять взаимодействием со студентами, как интегрировать их взгляды при принятии решений на исполнительном уровне.

Некоторые авторы утверждают, что центр университетской деятельности — это знания: «университет выступает как место встречи преподавателей и студентов для передачи и углубления унаследованных знаний» (Gonzalez, 2010). Другие сосредотачиваются на отношениях ученика



и учителя; третьи считают, что университеты должны быть ориентированы на студентов.

Нельзя сказать, что организация университета не может соответствовать этой модели, поскольку в любом случае отношения между двумя заинтересованными сторонами лежат в основе высшего образования. При этом идентичность и миссия университетского образования могут быть сохранены и студент может быть поставлен в центр его основной деятельности — передачи знаний.

Жизненно важным для управления репутацией университета должно быть сосредоточение внимания на развитии всех отношений внутри университета. Как указывает Джим Макнамара, обратная связь в организации — это крупномасштабная деятельность, требующая того, что он называет «архитектурой слушания» (Macnamara, 2016). В случае с университетом эта культура будет видна в простоте взаимодействия со студентами. Для получения обратной связи требуются открытые и интерактивные системы, такие как веб-сайты, позволяющие оставлять комментарии, голосовать и особенно общаться в социальных сетях (Jim Macnamara & Gregory, 2018). Впоследствии производится учет голосов заинтересованных сторон при принятии решений в политике университета. Таким образом, обратная связь от студентов относится ко множеству аспектов университетской жизни. Поощряя их участие, вуз получает обратную связь, которая становится фундаментальным источником инноваций. Наличие обратной связи действительно делает университет инновационным.

Сегодня студенты более активны благодаря платформам социальных сетей (например, Facebook, «ВКонтакте», Instagram, YouTube, Pinterest, Twitter), которые дают им возможность высказывать свое мнение и организовывать мероприятия по улучшению качества жизни. Эти проявления

могут варьироваться от университетского менеджмента, политико-культурных идеологий до устойчивых операций.

### **Лучшие практики университетов, в которых студенты освещают третью миссию**

Чтобы проиллюстрировать концепцию этой идеи, были выбраны три кейса университетов Великобритании, США и Европы. Каждый из них смог достичь успеха в одном из направлений третьей миссии. Их опыт показывает: заботясь о своих студентах и выпускниках, вузы не только укрепляют третью миссию, но и поощряют студентов в развитии их компетенций.

- **Волонтерство в Университете Наварры (Испания)**

В годы экономического кризиса в Европе (2006–2010 гг.) с более высоким уровнем безработицы и меньшими ресурсами многие ассоциации социальной помощи обанкротились. В Университете Наварры возник значимый вопрос: можем ли мы сделать что-то еще? Ответом на него стало создание «Тантаки» («с миру по нитке» в переводе с баскского языка) — банка совместного времени. Идея заключалась в том, что университет — это сообщество профессионалов, которые могут предложить городу и региону «квалифицированное время» студента, сотрудника или преподавателя. Их слоган: «Тантака помогает тем, кто помогает другим». Поскольку университет является неправительственной организацией, волонтерская деятельность в этом учреждении достигает широких слоев общества. С этой целью «Тантака» координирует работу своих волонтеров с более чем 105 организациями и более 2500 активными добровольцами, что составляет 15 % от всего университетского сообщества.

Университет Наварры понимает, что волонтерство должно быть свободным и альтруистическим решением, которое исходит из желания делиться опытом с другими людьми. Однако для того чтобы студенты смогли

осознать важность этой деятельности, за обычные часы обучения и работы они получают академическое признание в виде кредитов ECTS за свой вклад и усилия.

Шесть лет назад (в 2015 г.) Университет Наварры решил сделать второй шаг вперед, вовлекая своих студентов в спираль социальной ответственности, и начал продвигать метод обучения служению в учебных планах программ бакалавриата и магистратуры. Это методология о связи между обучением и улучшением жизни людей; об улучшении опыта и рефлексии наших студентов. Обучение служению помогает ученикам брать на себя ответственность и поощрять развитие личной инициативы.

Опыт Университета Наварры подтверждает, что студенты, которые обучались по этой методике, во время учебы и трудоустройства демонстрируют большее развитие своих профессиональных компетенций для выхода на рынок труда.

- Высокий уровень в области трудоустройства студентов —  
Манчестерский университет (Великобритания)

Премия Stellify — самая престижная внеучебная награда Университета, доступная для всех студентов бакалавриата. Stellify определяется как «знак преуспевания в Манчестере», что лежит в основе приверженности университета социальной ответственности. Чтобы получить награду Stellify, студенты должны выполнить все три «Грандиозные Этические Испытания». Их цель заключается в том, чтобы дать студентам возможность взглянуть на окружающий мир по-новому и принять участие в различных мероприятиях вместе со студентами других дисциплин. «Грандиозные Этические Испытания» позволяют им решить три важнейшие задачи, стоящие перед миром в XXI веке: устойчивое развитие, социальная справедливость и этика на рабочем месте.

Манчестер был назван в 2019 году «Университетом года» в Великобритании благодаря тому, что его выпускники смогли устроиться в такие газеты, как The Times и Sunday Times Good University Guide. Редактор The Guide Аластер МакКолл отмечает, что программа «может гарантировать, что студенты Манчестера не растеряются после окончания университета, а примутся за дело вместе с работодателями на региональном, национальном и международном уровнях».

- Тенденции выпускников после цифровой трансформации (обучение на протяжении всей жизни, возможность трудоустройства, нетворкинг) — Гарвардский университет (США)

Ассоциация выпускников Гарварда (НАА) насчитывает более 400 000 активных выпускников по всему миру, которые пришли из Гарвардского колледжа или одной из Harvard's Graduate и профессиональных школ Гарварда. НАА предоставляет своим выпускникам множество возможностей для общения, ресурсов для профессионального развития, волонтерских возможностей, ресурсов для карьерного роста, различных услуг и вебинаров (Helens-Hart, 2019; Sharma, 2018).

Как уверяют гарвардские эксперты в области высшего образования, адекватное предложение высококачественной рабочей силы имеет решающее значение для экономического и социального благополучия страны. Следовательно, страны во всем мире должны уделять большое внимание возможности трудоустроить выпускников университетов (Ho, Huang & Hu, 2018), поэтому центры карьерного роста должны сосредотачиваться не только на обучении студентов навыкам, необходимым для поиска работы сразу после выпуска.

Ассоциация выпускников Гарварда — это сообщество, которое осознает современную картину мира, а также создает инструменты,

помогающие выпускникам расширить свой круг общения, учиться у других выпускников в своей области и способствует развитию профессиональных навыков. Сообщество предоставляет инструменты и услуги, которые помогают выпускниками в поиске работы, публикует возможности трудоустройства для студентов, определяет наставников, налаживает контакты с выпускниками в разных районах и преподавателями Гарвардского факультета. Благодаря программам и вебинарам на различные темы — от советов по прохождению собеседований до удаленного поиска работы и управления стрессом — каждый найдет что-то для себя.

Непрерывное обучение — еще один ключевой фактор вовлечения выпускников. НАА предлагает своим участникам возможность использовать гарвардское онлайн-обучение и ресурсы, доступные в Гарварде, чтобы помочь выпускникам изучить новые темы или заняться знакомыми предметными областями.

Хотя нетворкинг необходим не только выпускникам, в НАА раз в год проводится Глобальная ночь нетворкинга. В 2021 году поводом для этого стала серия онлайн-ивентов, позволяющих выпускникам общаться и находить друг друга через мероприятия, основанные на местоположении участников, и профессиональные мероприятия на основе интересов.

### **Заключение**

Целью этой статьи, которая будет представлена на конференции «Третья миссия университетов и студентов» в НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург, был ответ на вопрос о том, необходимо ли университетам вкладываться в социальную ответственность как в стратегический двигатель.

Мы видим, что в обществе существует глобальный интерес к тому, чтобы университеты были вовлечены в социальную ответственность, как это делали компании на протяжении десятилетий. Компании могут придерживаться двух направлений: с одной стороны, это получение

отличной репутации, а с другой стороны — стремление таким образом получить нематериальную выгоду для своей компании. Благодаря этому они также приносят пользу той части общества, которая, вероятно, не получила бы никакой помощи, если бы компании не увидели в этой социальной акции собственное преимущество.

Университеты не являются компаниями, в основе их работы — вклад в развитие общества. Это еще более актуально сегодня, когда общественное сознание подняло вопрос о необходимости развития международной политики. Что касается университетской среды, то стоит упомянуть об усилиях ТНЕ по созданию рейтинга воздействия для измерения результатов деятельности университетов по 17 целям устойчивого развития.

Академические учреждения вносят свой вклад в экономическое развитие, выпуская высококвалифицированных специалистов и, как следствие, высокообразованную рабочую силу. Результативность исследований университетов превращает знания в экономически значимые продукты. Кроме того, важную роль играют передача знаний, разработка продуктов и услуги для промышленного сектора (Agasisti, Barra & Zotti, 2019).

Эффективные вузы готовят профессионалов, свежие бизнес-идеи и разработки, которые применимы во множестве других видов экономической деятельности. Университеты обеспечивают больше результатов обучения и исследований для определенного уровня заинтересованных сторон. Таким образом, они способствуют развитию новых идей и возможностей в регионе, где повышается репутация университета как эффективной организации.

Все это происходит с помощью поощрения бизнес-инноваций, продвижения предпринимательства в академической среде и в регионе, содействия созданию знаний с экономическим влиянием, увеличения возможностей трудоустройства для студентов и выпускников, расширения числа волонтерской деятельности и гражданского участия.

Некоторые авторы согласны с тем, что третью миссию университетов нелегко определить или установить, потому что поток действий и обмен знаниями часто состоит из нематериальных активов, таких как ценность передаваемых знаний или «мягких» навыков, приобретенных студентами.

Тем не менее, наличие студентов в качестве приоритетной заинтересованной стороны также подразумевает развитие в отношении социальной ответственности и выявляет будущих лидеров на основе их отличительных черт.

Взгляд на будущую карьеру студентов, их участие в создании мероприятий, связанных с третьей миссией, — это возможность решать проблемы, которые имеют реальное и положительное влияние на общество и способствуют его росту, а также приобретению у студентов новых навыков, необходимых для будущей работы, выстраиванию эффективного нетворкинга. Работа в команде и связанные с ней компетенции, которые и трансформируют общество, всегда могут означать для студентов принятие их университетом и, следовательно, обществом.

Зарегистрировано в Национальном агентстве ISSN Российской Федерации.

Изданию присвоен номер **ISSN WORK: 2500-199X**.