

ТРЕТЬЯ МИССИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ В РОССИИ: ТРЕНД НА (НЕ)КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЮ?

О. В. Дремова, И. А. Щеглова

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Россия, 101000, Москва, ул. Мясницкая, 20;
odremova@hse.ru*

Аннотация. Третья миссия университетов, которая заключается во вкладе вузов в социально-экономическое развитие города, региона, а также страны в целом, занимает одно из центральных мест в исследовательской и управленческой повестке высшего образования в России. Несмотря на растущий научный и практический интерес к данной теме, третья миссия как концепт пока не устоялась. В связи с этим до сих пор не ясно, как академическое сообщество расценивает роль и значение третьей миссии. В представляемой исследовательской статье освещается понимание роли третьей миссии сотрудниками и студентами одного российского национального исследовательского университета, для чего в 2021 году в этом вузе была организована серия фокус-групп (объем выборки – 74 респондента). Изучение полученных данных осуществлялось с использованием контент-анализа. Результаты показали, что взгляды информантов на предназначение третьей миссии неоднородны. По мнению большинства опрошенных, третья миссия выполняет исключительно социальную функцию. Некоторые видят в этом направлении деятельности вуза возможности для профессионального развития. И только небольшая доля респондентов считает третью миссию показателем успешности и престижа университета. Коммерческая же составляющая третьей миссии, преобладающая в зарубежных университетах, была отмечена лишь двумя информантами.

В практическом плане статья будет полезна администраторам и руководителям российских вузов, а также исследователям, заинтересованным в развитии социальной вовлеченности студентов и сотрудников вузов.

Ключевые слова: третья миссия университета, социальная вовлеченность, университетское сообщество, региональное развитие, высшее образование

Благодарность. Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.
Для цитирования: Дремова О. В., Щеглова И. А. Третья миссия университетов в России: тренд на (не)коммерциализацию? // Университетское управление: практика и анализ. 2022. Т. 26, № 2. С. 27–37. DOI 10.15826/umpa.2022.02.010.

RUSSIAN UNIVERSITIES' THIRD MISSION: A TREND TOWARDS (NON)COMMERCIALIZATION?

O. V. Dremova, I. A. Shcheglova

*National Research University «Higher School of Economics»
20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation;
odremova@hse.ru*

DOI 10.15826/umpa.2022.02.010

Abstract. The idea of developing universities' third mission, which lies in their contribution to the social and economic development of the region, city, and the whole country, has taken one of the central places in the research and management agenda of higher education in Russia. Despite the growing scientific and practical interest in this topic, the concept of the third mission has not been formed yet. Consequently, there is no clear understanding of how the academic community understands the role and meaning of the third mission. This paper aims at studying how students and staff members of one Russian national research university understand the third mission. Within this research, we conducted a series of focus groups with the university staff and students in 2021, the sample consisting of 74 informants. For data processing, there was used content analysis. The results showed vast differentiation of the informants' views on the idea and objectives of the university's third mission. For most of the respondents, the third mission equals the social mission. However, some

also see it as an opportunity for professional development. Only a tenth of all the interviewees consider the third mission as an indicator of the university's success and prestige. At the same time, the commercial component of this mission, which prevails in foreign universities, has been noted only by two informants.

The study conducted might be of use for administrators and managers of Russian universities, as well as for researchers interested in developing the social involvement of students and university staff.

Keywords: universities' third mission, social involvement, university community, regional development, higher education

Acknowledgements. Support from the Basic Research Program of the National Research University Higher School of Economics is gratefully acknowledged.

For citation: Dremova O. V., Shcheglova I. A. Russian Universities' Third Mission: A Trend towards (Non)commercialization? *University Management: Practice and Analysis*, 2022, vol. 26, nr 2, pp. 27–37. doi 10.15826/umpa.2022.02.010. (In Russ.).

Введение

Традиционно основной миссией классического университета считалось распространение знаний, то есть образовательная миссия [1]. За исследовательскими университетами была закреплена исследовательская миссия. Изменения, произошедшие в обществе и экономике за последние десятилетия (в частности, переход от эпохи постиндустриальной к эпохе информационной), способствовали трансформации функций и роли многих социальных институтов, в том числе и системы высшего образования. В системе высшего образования изменения затрагивают в первую очередь цели и ценности, которые отражаются в миссии университета [2, 3]. С конца XX века, времени, когда университеты начали активно взаимодействовать с промышленным производством, бизнесом и вовлекаться в решение социальных проблем местных сообществ, заговорили о том, что у этих вузов помимо двух основных миссий есть еще и третья миссия, предполагающая вклад в социально-экономическое развитие не только города и региона присутствия учреждения высшего образования, но и страны в целом [2, 4, 5]. Постепенно все чаще стало декларироваться, что роль академического сектора состоит не только в обеспечении рынка труда человеческими ресурсами, но и в передаче знаний и технологий посредством совместных исследований с промышленным сектором, консультирования и патентования [6, 7]. Ориентир на коммерческий сектор позволил университетам не только расширить свои базовые функции (преподавательскую и исследовательскую), но и открыть новые возможности для собственного развития [8]. Университеты, которые заявляли о реализации ими третьей миссии и о ее развитии, стали называть предпринимательскими (англ. *entrepreneurial*) [9], а позднее – новыми флагманскими (англ. *new flagship*) [10]. Однако дрейф университетов в сторону все большей предпринимательской активности

и коммерциализации, а также учета своих разработок в виде патентов активизировал дискуссию о (не)продуктивности гуманистической идеи служения этих вузов обществу [11]. В США предпринимательская деятельность университетов получила название «академический капитализм», основная цель которого – превращение научных разработок в товар для извлечения прибыли [12]. В связи с тем, что третья миссия университетов стала в высокой степени коммерциализированной, многие исследователи говорят о том, что основой для нее должна являться именно некоммерческая деятельность, направленная на решение социальных проблем общества.

Тема развития третьей миссии университетов стала особенно актуальной в 2020 году, во многом – вследствие пандемии COVID-19, когда все страны мира столкнулись с беспрецедентными вызовами для здравоохранения, экономической и социальной политики. Несмотря на проблемы системы высшего образования, вызванные переходом на дистанционный формат обучения, многие университеты не остались в стороне и запустили свои исследовательские программы и прикладные проекты, направленные на борьбу с пандемией и ее последствиями [13]. Во многих странах студенты и преподаватели медицинских вузов принимали участие в предоставлении помощи больным [14, 15], оказывали поддержку незащищенным слоям населения, обеспечивая их лекарствами и продуктами [16]. Также некоторые медицинские вузы и стартап-проекты внесли свой вклад в разработку и тестирование лечебных препаратов [17].

Итак, за последние 20 лет интерес к третьей миссии университетов в общемировом масштабе возрос, но в российском контексте это направление их деятельности все еще остается относительно новым и малоизученным как с теоретической стороны, так и с практической. Первые исследования, посвященные изучению третьей миссии университетов, начали проводиться после 2000-х

годов. В основном они являлись описательными и посвящались анализу миссий и уставов университетов различных стран [3], анализу возможностей взаимодействия между университетом и индустрией [18], а также факторам, которые могли бы способствовать развитию третьей миссии университетов [19]. В российском академическом сообществе третья миссия как концепт пока не оформилась. Более того, до сих пор нет четкого понимания того, как отечественное академическое сообщество (студенты и сотрудники университетов) понимает ее роль.

Отсюда и цель проведенного нами исследования – изучить на примере конкретного российского университета, какое содержание вкладывают его сотрудники и студенты в понятие «третья миссия». Другими словами, найти ответ на следующий исследовательский вопрос: «В чем заключается основная функция третьей миссии российских университетов, по мнению их сотрудников и студентов?»

В связи с формированием в российских университетах запроса на развитие третьей миссии выполненное нами исследование особенно актуально. Его результаты будут интересны как исследователям высшего образования, так и администраторам университетов, заинтересованным в развитии третьей миссии как нового направления своей деятельности.

Третья миссия университетов в мире – (не)коммерческое направление

Третья миссия университета является понятием многомерным, и у него на данное время нет единого согласованного определения [20, 21], так как оно зависит от многих аспектов: 1) характеристик университета, 2) приоритетов, которые университет ставит перед собой, а также 3) контекста и 4) страны, в которой университет находится [22]. В целом деятельность университета в рамках третьей миссии можно разделить на два направления: коммерческое и некоммерческое [23].

Коммерческая деятельность университета заключается во взаимодействии с промышленностью, в оказании консалтинговых услуг, патентовании и лицензировании результатов своих исследований и разработок, а также в создании стартапов и компаний [24]. Соответственно основная функция третьей миссии как коммерческой деятельности – приращение доходов университета. Некоммерческая же деятельность заключается во вкладе университета в развитие местного сообщества и региона с помощью различных

образовательных, социальных и волонтерских инициатив [25].

Американские вузы стали первопроходцами в коммерциализации прикладных исследований и предоставлении коммерческих услуг. Они также первыми начали оказывать поддержку промышленности и передавать результаты проводимых исследований в неакадемическую среду [26]. Это связано с тем, что университеты США изначально финансировались за счет частных фондов и контрактов, а не за счет государства, в отличие от европейских и российских университетов [27, 28]. Затем этот тренд на коммерциализацию стал распространяться и в университетах других стран [29].

Например, результаты проведенного в Швеции изучения третьей миссии университетов показывают, как вузы, в которых особое внимание уделяется стимулированию предпринимательской деятельности исследователей и патентованию / лицензированию получаемых ими результатов, постепенно становятся «предпринимательскими» [30, 31]. Это же направление стараются продвигать в университетах Великобритании для развития экономики и общества [32]. Согласно результатам исследований, выполненных на выборке университетов в Чехии, Норвегии и Финляндии, в этих странах третья миссия учреждений высшего образования в основном направлена на взаимодействие с регионом и местным сообществом [33, 34]. В то же время в норвежских университетах исследователи отмечают тенденцию смещения повестки со вклада в региональное развитие на экономическое и исследовательское превосходство вузов на международной арене [34]. В немецких университетах третья миссия рассматривается преимущественно как содействие экономическому развитию вуза и региона и как передача технологических знаний. Гораздо меньше внимания уделяется вопросам дополнительного образования и социальной вовлеченности [35].

Третья миссия российских вузов изначально (в советский период) проявлялась как служение местному сообществу (например, в форме активизации студенческого добровольчества, участия в решении социальных проблем населения и т. д. [36]). В 1990-х годах университеты начали активно взаимодействовать с городскими властями и промышленностью, что способствовало как социально-экономическому развитию местной среды, так и усилению роли этих вузов в регионах [13]. С недавнего времени развитие российскими университетами третьей миссии

поддерживается на государственном уровне. Цель такой поддержки – вовлечение университетов в социально-экономическое развитие местных территорий, повышение престижности этих учреждений высшего образования и их положения в рейтингах (АСИ, 2020)¹. Тем не менее исследования показывают, что экспертная деятельность, которая позволила бы вузу расширить поле своего влияния на развитие экономики, политики, социальной жизни региона и страны, практически не обозначена в качестве стратегического приоритета российских университетов [37]. Равно как нет и четкого понимания роли третьей миссии ее основным провайдером – университетским сообществом, а именно сотрудниками университета и его студентами.

Данные и методы

Наше исследование было проведено в 2021 году на базе Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ). Данный вуз является релевантным кейсом для изучения проблематики третьей миссии в силу следующих причин: 1) на протяжении нескольких лет здесь ведутся дискуссии о развитии третьей миссии², 2) вузом реализовано 180 проектов, соответствующих принципам / идеям третьей миссии³, и 3) инициирован ряд исследований по этой теме [19]. Тем не менее у сотрудников НИУ ВШЭ и обучающихся в нем студентов нет четкого понимания целей и задач данного направления деятельности вуза, равно как и не сформировано отношение к их реализации. С учетом указанных обстоятельств проведенное нами исследование является отправной точкой в изучении проблематики третьей миссии для последующей ее концептуализации и развития на практике.

Основой для исследования послужила серия модерируемых дискуссий (фокус-групп), организованных со студентами и сотрудниками НИУ ВШЭ. Асинхронные групповые онлайн-дискуссии со студентами проводились в социальной сети Telegram, а с сотрудниками – на платформе

MakesSense. Респонденты отвечали на вопросы об их отношении к третьей миссии, о реализуемых в рамках данного направления проектах, о стимулах и барьерах вовлечения в эти проекты. Данные собирались нами в 2021 году с января по март включительно. Модерируемые дискуссии с сотрудниками и студентами шли параллельно в течение недели. Всего было организовано 7 фокус-групп.

Поиск респондентов-сотрудников осуществлялся с помощью общеуниверситетской рассылки с приглашением принять участие в исследовании. На приглашение откликнулось 33 сотрудника, из них 25 человек приняли в исследовании активное участие. Они и были включены в выборку. Административные должности (руководители лабораторий / центров, сотрудники дирекции по правовым вопросам, сотрудники, отвечающие за ведение документации различных видов и администрирование проектов) занимали 16 человек, а 9 человек являлись представителями профессорско-преподавательского состава. С сотрудниками были организованы 2 фокус-группы.

Поиск респондентов-студентов осуществлялся с помощью рассылки в официальной группе университета в ВКонтакте и далее методом «снежного кома» среди студентов, откликнувшихся на приглашение в рассылке. Всего зарегистрировались 76 студентов бакалавриата и магистратуры, из них в исследовании приняли участие 49 человек (34 студента бакалавриата и 15 студентов магистратуры всех курсов обучения). Со студентами было организовано 5 фокус-групп. В каждую фокус-группу входило от 9 до 13 человек.

Гайд для фокус-групп был разработан с учетом проведенного нами обзора литературы и включал следующие тематические блоки:

- 1) общая информация о студенте (сотруднике) и опыте его волонтерской деятельности;
- 2) понимание респондентом роли третьей миссии;
- 3) отношение к третьей миссии;
- 4) барьеры для вовлечения в проекты третьей миссии;
- 5) возможности университета для развития третьей миссии.

После завершения работы с фокус-группами транскрипты дискуссий были анонимизированы и выгружены для дальнейшего анализа. Нас для поиска ответа на поставленный исследовательский вопрос интересовал блок интервью, посвященный пониманию респондентами роли третьей миссии.

Для анализа использовался феноменографический подход: он позволяет, с опорой

¹ См.: Минобрнауки России поддержит проекты по развитию «третьей миссии» университетов // Агентство стратегических инициатив : официальный сайт. URL: <https://asi.ru/news/152731/> (дата обращения: 15.02.2022).

² См.: Устойчивый университет: новый отчет о реализации третьей миссии // НИУ ВШЭ : официальный сайт. URL: <https://3mission.hse.ru/news/community/> (дата обращения: 17.02.2022).

³ См.: О третьей миссии // НИУ ВШЭ : официальный сайт. URL: <https://3mission.hse.ru/#infographics> (дата обращения: 17.02.2022).

на эмпирические данные, описать восприятие и понимание респондентами отдельных аспектов окружающего мира [38]. Полученные данные подвергались контент-анализу, что давало возможность раскрыть их смысловое содержание. Процедура проведения контент-анализа состоит в разработке системы кодирования текстов с последующим применением количественной методики. В нашем исследовании единицей анализа являлись отдельные нарративы о роли третьей миссии, выделенные из ответов респондентов. Анализ транскриптов осуществлялся каждым из нас самостоятельно с помощью использования описательных кодов для комментирования, после чего выделенные смысловые коды обсуждались и согласовывались для разработки единой структуры кодирования. Затем мы совместно принимали решение о том, в какие блоки объединяются полученные коды. На заключительном этапе анализа были определены основные тематические блоки и отобраны цитаты, иллюстрирующие каждый блок.

Результаты

Для ответа на поставленный исследовательский вопрос мы определили удельный вес основных функций третьей миссии в НИУ ВШЭ (все респонденты назвали 4 функции), который рассчитывался по следующей формуле:

$$K = \frac{\text{Число нарративов, фиксирующих роль третьей миссии}}{\text{Общее число упоминаний о роли третьей миссии}}.$$

Похожая методология используется в работе И. Н. Емельянова [37].

Удельный вес основных функций третьей миссии

Функция	Удельный вес	Количество нарративов, фиксирующих данную функцию, абс.
Социальная	0,53	24
Образовательная	0,31	14
Репутационная	0,11	5
Коммерческая	0,05	2

Контент-анализ фокус-групп показал, что сотрудники и студенты НИУ ВШЭ отводят третьей миссии 4 функции: социальную, образовательную,

репутационную и коммерческую (см. таблицу). По мнению 55 % опрошенных информантов, основной функцией третьей миссии университета является социальная функция, а коммерческую функцию указали только 5 % респондентов.

Социальная функция

Большинство информантов считает, что третья миссия выполняет, в первую очередь, социальную функцию, заключающуюся в содействии развитию города и местного сообщества. Такая позиция у сотрудников и студентов формируется в силу их привлечения к организации и проведению как в стенах университета, так и вне его различных образовательных и волонтерских мероприятий, предназначенных для широкой аудитории.

Воплощение в жизнь понятия «Общество и служение ему». Университет поддерживает социум внутри себя: проводит, например, благотворительные фестивали и акции, привлекая к добровольчеству студентов и сотрудников (директор центра).

Для меня наиболее значимыми являются возможности поддержки и развития некоммерческого сектора, благотворительности и добровольчества, а также социального предпринимательства (включая как социальные, так и технологические инновации) с вовлечением студентов и преподавателей в эту новую, социальную, экономику. А также, конечно, активное влияние на... развитие жизни на территориях – от локаций кампусов до каждого места, откуда приезжают студенты и куда возвращаются выпускники (заведующий центром).

...Есть трек, где Вышка, условно говоря, налаживает положение дел в стране. То есть речь даже не о том, что... Вышка пришла и починила, скажем, Москву. Речь о том, что Вышка дала возможность студентам попробовать свои силы в том, чтобы сделать город лучше... (студентка 4-го курса бакалавриата).

Данная функция, по мнению информантов, также предполагает выход за рамки образовательной и исследовательской миссий. Она способствует формированию жизненно важных ценностей и их трансляции в общество.

Для меня третья миссия Вышки – это выходить за рамки образования и науки и показывать, что ее студенты и сотрудники могут делать на благо других в свободное от учебы, работы и исследований время. Это про открытость, внимание и жизненные ценности, которые очень важны (студентка 3-го курса бакалавриата).

Образовательная функция

Приоритетом третьей миссии также является образовательная функция. Ее основная цель, по мнению некоторых информантов, – личностное и профессиональное развитие студентов, а также формирование у них чувства принадлежности к университету.

На мой взгляд, третья миссия заключается в том, чтобы сделать из студента профессионала своего дела, специалиста в своей области (студентка 2-го курса бакалавриата).

Мне кажется, что это правильное направление для деятельности любого университета, так как он не должен ограничиваться банальными парами и занятиями. Университет – это не просто место с партами и профессорами, это центр студенческой жизни (студентка 4-го курса бакалавриата).

Помимо этого данная функция расширяет возможности образовательной миссии университета и способствует просвещению населения города с помощью организации и проведения различных образовательных и дискуссионных площадок, благодаря чему популяризируются наука и образование в целом.

Третья миссия – это помощь университета системе образования. Кажется, уже прошли времена, когда Вышка развивала сервисы и активности исключительно для абитуриентов. Сейчас, если мы посмотрим на страницы Дирекции по общему образованию и Дирекции по профессиональной ориентации, [мы] увидим большое разнообразие проектов для школьников. Задача этих проектов – популяризация науки и высшего образования, а также и повышение профессиональной компетенции учителей (доцент).

Университет поддерживает социум вне: зовет на просветительские, образовательные проекты жителей города, которые не причастны к университету. То, что происходит в рамках проекта «Университет, открытый городу» (директор центра).

Репутационная функция

Для небольшого количества опрошенных информантов суть третьей миссии заключается в повышении престижа вуза как в российской, так и в международной образовательной среде. Данное направление способствует созданию в глазах общества положительного образа университета и в формированию его узнаваемого бренда для привлечения большего числа абитуриентов и проектов.

Я считаю, что данное направление сделает вуз узнаваемым и привлекательным с точки

зрения не только обучения, но и реализации некоммерческих проектов (доцент).

Большая часть проектов, на мой взгляд, как и открытие новых факультетов, делается для устойчивых позиций в рейтингах и увеличения финансирования, а никак не с благой целью (студентка 1-го курса магистратуры).

Коммерческая функция

Репутационная функция тесно связана с коммерческой, так как она способствует привлечению как некоммерческих, так и коммерческих проектов. Эти проекты создают популяризаторские продукты для внешней аудитории, что формирует благоприятную среду для появления новых заказчиков и проектов. Таким образом, вузы, развивающие третью миссию, становятся центрами экспертизы для внешних акторов: государства, бизнеса, некоммерческих организаций и др.

...Основная цель здесь в том, чтобы обеспечить трансфер экспертных знаний в сторону других акторов – государства и бизнеса, – в первую очередь, для выработки лучших практик. Все это, по сути, часть... глобального тренда knowledge есопоту, где знания становятся одним из важнейших факторов, и университеты, которые эти знания аккумулируют, могут и должны находить им практическое применение. Вышка, как один из ведущих российских университетов, сейчас имеет возможность сыграть в этом процессе ведущую роль. Особенно с учетом того, что другие российские университеты пока что не очень в этот процесс вписываются (по крайней мере, на основе того, что вижу я) (студент 1-го курса магистратуры).

Дискуссия и заключение

Идея третьей миссии университета, сфокусированной, в первую очередь, на служении обществу, не нова и существует в России со времени появления в ней первых высших учебных заведений [39]. Но третья миссия российских университетов все еще не сформирована и находится в стадии становления, постепенно приобретая свои уникальные черты [40].

В данной статье мы представили кейс одного из ведущих российских университетов, созданный в рамках развития третьей миссии. Согласно результатам проведенного нами исследования можно сделать вывод о том, что сотрудники и студенты НИУ ВШЭ видят основную функцию третьей миссии вуза в первую очередь в расширении его некоммерческой деятельности (это и развитие

местного сообщества, и формирование культуры / мировоззрения студентов и их ценностных установок, и распространение знаний в обществе, и популяризация университета и его продуктов вовне) и в последнюю очередь – в привлечении коммерческих проектов. При этом, в отличие от зарубежных университетов, третья миссия не воспринимается членами российского университетского сообщества как деятельность, направленная в основном на коммерциализацию и превращение научных разработок в товар. Такая деятельность является, скорее, побочным продуктом повышения престижа университета в обществе и трансформации его в центр экспертизы. Развивая социальную миссию посредством активного участия в жизни общества, университеты повышают уровень доверия к себе, выступая в качестве компетентного некоммерческого партнера, чем привлекают абитуриентов [41]. В то же время у студентов появляется больше возможностей для расширения своих профессиональных навыков и применения знаний на практике.

Наряду с дискуссией о видах деятельности университетов в рамках третьей миссии ведутся дебаты о том, как можно учитывать результаты последней в показателях эффективности университетов [42, 43] и какие практики ее реализации могут использоваться другими вузами. Исследователи говорят о том, что нет единой модели третьей миссии, которая бы подошла всем университетам без исключения [44]. Образовательная система гетерогенна даже в пределах одной страны, между университетами имеются большие различия не только по числу обучающихся и направлениям подготовки, но и по задачам, заявленным в институциональной стратегии [42]. Таким образом, третья миссия университетов является мировым трендом с локальной спецификой [45]. Каждая страна и каждый отдельный университет видят задачи третьей миссии исходя из своего контекста и своих потребностей. В связи с этим необходимо избегать генерализации и допущений и исследовать кейс каждого вуза отдельно. В настоящее время коммерческий фокус не является основным для российских университетов в связи с тем, что они получают финансирование от государства, которое в том числе обеспечивает и бюджетные места. Во многих же зарубежных странах университеты должны самостоятельно заботиться о своем финансовом благополучии. И активное взаимодействие зарубежных университетов с местным сообществом не только является ключом к их процветанию, но и способствует повышению качества

обучения посредством усиления его практической составляющей [41]. В свою очередь, российские исследователи также говорят о том, что именно «предпринимательские университеты могут стать важным элементом индустриальных кластеров, преодолевая дефицит финансовых ресурсов и содействуя развитию регионов, в которых они работают» [46, 61].

В заключение отметим ряд ограничений, которые могут влиять на выводы нашего исследования. Во-первых, в выборку сотрудников вошли преимущественно административные и научные работники и в гораздо меньшем числе – представители профессорско-преподавательского состава. При этом установки сотрудников в отношении третьей миссии университета и характер их занятости могут зависеть от занимаемой ими должности. Во-вторых, в выборку попали в основном те респонденты, которые уже имели или опыт волонтерской деятельности, или некоторое представление о третьей миссии вуза. В-третьих, некоторые респонденты (как сотрудники, так и студенты) проявляли чувство беспокойства в отношении конфиденциальности дискуссий, поэтому в ходе обсуждений третьей миссии и отдельных ее аспектов они могли давать социально желаемые ответы.

Дальнейшим направлением поисков в русле рассмотренной нами тематики может послужить проведение количественных исследований информированности сотрудников и студентов о третьей миссии и их готовности вовлекаться в ее проекты в федеральных и опорных университетах России.

Список литературы

1. Строгоцкая Е. В. Идея и миссия современного университета // Вопросы образования. 2009. № 4. С. 67–81.
2. Sigurdson K. T. Clark Kerr's Multiversity and Technology Transfer in the Modern American Research University // College Quarterly. 2013. Vol. 16, nr 2. P. 1–15.
3. Балмасова Т. А. «Третья миссия» университета – новый вектор развития? // Высшее образование в России. 2016. Т. 8/9, № 204. С. 48–55.
4. Agasisti T., Barra C., Zotti R. Research, Knowledge Transfer, and Innovation: The Effect of Italian Universities' Efficiency on Local Economic Development 2006–2012 // Journal of Regional Science. 2019. Vol. 59, nr 5. P. 819–849.
5. The Strategic Orientation of Universities in Knowledge Transfer Activities / P. Giuri, F. Munari, A. Scandura, L. Toschi // Technological Forecasting and Social Change. 2019. Vol. 138. P. 261–278.
6. Klofsten M., Jones-Evans D. Comparing Academic Entrepreneurship in Europe – The Case of Sweden and Ireland // Small Business Economics. 2020. Vol. 14, nr 4. P. 299–309. DOI 10.1023/a:1008184601282.
7. Nguyen Quoc A., Le M. T., Pham H. H. The Impact of the Third Mission on Teaching and Research

Performance: Evidence from Academic Scholars in an Emerging Country // *SAGE Open*. 2021. Vol. 11, nr 4. P. 1–12. DOI 10.1177/21582440211054493.

8. *Jongbloed B., Enders J., Salerno C.* Higher Education and Its Communities: Interconnections, Interdependencies and a Research Agenda // *Higher Education*. 2008. Vol. 56, nr 3. P. 303–324.

9. *Etzkowitz H.* The Entrepreneurial University and the Emergence of Democratic Corporatism // *Universities and the Global Knowledge Economy: A Triple Helix of University-Industry-Government Relations* / L. Leydesdorff and H. Etzkowitz (eds.). London : Cassell, 1997. P. 141–152.

10. *The New Flagship University: Changing the Paradigm from Global Ranking to National Relevancy* / J. A. Douglass (ed.). Springer, 2016. 217 p. DOI 10.1057/9781137500496.

11. *Зиневиц О. В., Рузанкина Е. А.* Университет как научный и социальный институт в современном российском обществе // *Высшее образование в России*. 2014. № 7. С. 37–43.

12. *Slaughter S., Leslie L. L.* Expanding and Elaborating the Concept of Academic Capitalism // *Organization*. 2001. Vol. 8, nr 2. P. 154–161.

13. *Denny E.* Three Ways Universities are Helping Their Communities during the Pandemic // *EAB* : [сайт]. URL: <https://eab.com/insights/expert-insight/operations/three-ways-universities-are-helping-their-communities-during-the-pandemic/> (дата обращения: 15.01.2022).

14. *Тимофеев А.* «Я почему-то не боюсь»: как студенты работают в больницах Москвы // *Газета.Ru* : официальный сайт. URL: <https://www.gazeta.ru/social/2020/05/06/13073815.html> (дата обращения: 17.01.2022).

15. *Saxton S.* Medical Students Help Tackle COVID-19 Community Health Challenges // *Imperial College London* : [сайт]. URL: <https://www.imperial.ac.uk/news/217073/medical-students-help-tackle-covid-19-community/> (дата обращения: 15.01.2022).

16. *UNESCO.* Higher Education Institutions' Engagement with the Community. UNESCO COVID-19 Education Response: Education Sector Issue Notes. 2020 // *UNESCO* : [сайт]. URL: <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse/issuenotes> (дата обращения: 18.02.2022).

17. *Thomas T., Colin-Jones R.* Universities were Key to Fast COVID Vaccine Development // *University World News* : [сайт]. URL: <https://www.universityworldnews.com/post.php?story=20210115084622247> (дата обращения: 20.02.2022).

18. *Черненко Е. И., Иноземцева В. А.* Роль опорного вуза в практиках общественного участия // *Университетское управление: практика и анализ*. 2018. Т. 22, № 3 (115). С. 127–140. DOI 10.15826/umpa.2018.03.032.

19. *Egorov A., Leshukov O., Froumin I.* «Regional Flagship» University Model in Russia: Searching for the Third Mission Incentives // *Tertiary Education and Management*. 2020. Vol. 26, nr 1. P. 77–90. DOI 10.1007/s11233-019-09043-y.

20. *Gregersen B., Linde L. T., Rasmussen J. G.* Linking between Danish Universities and Society // *Science and Public Policy*. 2009. Vol. 36, nr 2. P. 151–156.

21. *Knudsen M. P., Frederiksen M. H., Goduscheit R. C.* New Forms of Engagement in Third Mission Activities: A Multi-Level University-Centric Approach // *Innovation*. 2021. Vol. 23, nr 2. P. 209–240.

22. *Головкин Н. В., Рузанкина Е. А.* Предпринимательский университет: академический капитализм и многопользовательское управление // *Власть*. 2016. № 5. С. 67–74.

23. *Donatiello D., Gherardini A.* All that Glitters is Not Gold: The Surrogate Use of University Spin-Offs. Insights from Italy // *Higher Education Policy*. 2019. Vol. 32, nr 2. P. 203–226.

24. *Schnurbus V., Edvardsson I. R.* The Third Mission among Nordic Universities: A Systematic Literature Review // *Scandinavian Journal of Educational Research*. 2022. Vol. 66, nr 2. P. 238–260.

25. *Cervantes M.* Higher Education Institutions in the Knowledge Triangle // *Форсайт*. 2017. Т. 11, № 2. С. 27–42.

26. *Goethner M., Wyrwich M.* Cross-Faculty Proximity and Academic Entrepreneurship: The Role of Business Schools // *The Journal of Technology Transfer*. 2020. Vol. 45, nr 4. P. 1016–1062.

27. *O'Reilly N. M., Robbins P., Scanlan J.* Dynamic Capabilities and the Entrepreneurial University: A Perspective on the Knowledge Transfer Capabilities of Universities // *Journal of Small Business & Entrepreneurship*. 2019. Vol. 31, nr 3. P. 243–263.

28. *Седаш Т. Н., Каменева Е. А.* Анализ мировой и российской практики финансирования высшего образования // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2021. № 5. С. 50–58.

29. *Vorley T., Nelles J.* (Re)conceptualising the Academy: Institutional Development of and beyond the Third Mission // *Higher Education Management and Policy*. 2008. Vol. 20, nr 3. P. 1–17.

30. *To Invent and Let Others Innovate: A Framework of Academic Patent Transfer Modes* / C. Dahlborg, D. Lewensohn, R. Danell, C. J. Sundberg // *The Journal of Technology Transfer*. 2017. Vol. 42, nr 3. P. 538–563.

31. *Bourellos E., Magnusson M., McKelvey M.* Investigating the Complexity Facing Academic Entrepreneurs in Science and Engineering: The Complementarities of Research Performance, Networks and Support Structures in Commercialisation // *Cambridge Journal of Economics*. 2012. Vol. 36, nr 3. P. 751–780.

32. *D'Este P., Perkmann M.* Why do Academics Engage with Industry? The Entrepreneurial University and Individual Motivations // *The Journal of Technology Transfer*. 2011. Vol. 36, nr 3. P. 316–339.

33. *Esko T., Tuunainen J., Miettinen R.* Social Impact and Forms of Interaction between University Research and Society in Humanities and Social Sciences // *International Journal of Contemporary Sociology*. 2012. Vol. 49, nr 1. P. 17–46.

34. *Benneworth P., Young M., Normann R.* Between Rigour and Regional Relevance? Conceptualising Tensions in University Engagement for Socio-Economic Development // *Higher Education Policy*. 2017. Vol. 30, nr 4. P. 443–462.

35. *Berghaeuser H., Hoelscher M.* Reinventing the Third Mission of Higher Education in Germany: Political Frameworks and Universities' Reactions // *Tertiary Education and Management*. 2020. Vol. 26, nr 1. P. 57–76.

36. Университет и региональные (городские) сообщества: модели сосуществования и управленческие механизмы интеграции (российский и европейский опыт) / В. А. Смирнов, Л. А. Фадеева, К. А. Пунина, С. В. Голубев // *Ars Administrandi*. 2013. № 4. С. 102–116.
37. Емельянова И. Н. Стратегические приоритеты классического университета: контент-анализ миссий // *Университетское управление: практика и анализ*. 2016. № 5 (105). С. 4–14. DOI 10.15826/umj.2016.105.039.
38. Marton F. Phenomenography – Describing Conceptions of the World around Us // *Instructional Science*. 1981. Vol. 10, nr 2. P. 177–200.
39. Кузьминов Я. И., Юдкевич М. М. Университеты в России: как это работает. Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. 616 с. DOI 10.17323/978-5-7598-2373-5.
40. Зиневиц О. В., Балмасова Т. А. «Третья миссия» и социальная вовлеченность университетов: к постановке проблемы // *Власть*. 2015. № 6. С. 67–72.
41. Видревич М. Б. Третья миссия университетов: какой мы ее видим? // *Высшее образование в российских регионах: вызовы XXI века : сборник материалов Всерос. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 17 сент. 2018 г. Екатеринбург : Кабинетный ученый*, 2018. С. 88–95.
42. De La Torre E. M., Agasisti T., Perez-Esparrells C. The Relevance of Knowledge Transfer for Universities' Efficiency Scores: An Empirical Approximation on the Spanish Public Higher Education System // *Research Evaluation*. 2017. Vol. 26, nr 3. P. 211–229.
43. Cosenz F. Adopting a Dynamic Performance Governance Approach to Frame Interorganizational Value Generation Processes into a University Third Mission Setting // *Governance and Performance Management in Public Universities*. Springer, Cham, 2022. P. 87–108. DOI P10.1007/978-3-030-85698-4_5.
44. Compagnucci L., Spigarelli F. The Third Mission of the University: A Systematic Literature Review on Potentials and Constraints // *Technological Forecasting and Social Change*. 2020. Vol. 161. P. 1–30. DOI 10.1016/j.techfore.2020.120284.
45. Benneworth P., Pinheiro R., Sánchez-Barrioluengo M. One Size does Not Fit All! New Perspectives on the University in the Social Knowledge Economy // *Science and Public Policy*. 2016. Vol. 43, nr 6. P. 731–735. DOI 10.1093/scipol/scw018.
46. Константинов Г. Н., Филонович С. Р. Что такое предпринимательский университет // *Вопросы образования*. 2007. № 1. С. 49–63.
4. Agasisti T., Barra C., Zotti R. Research, Knowledge Transfer, and Innovation: The Effect of Italian Universities' Efficiency on Local Economic Development 2006–2012. *Journal of Regional Science*, 2019, vol. 59, nr 5, pp. 819–849. (In Eng.).
5. Giuri P. et al. The Strategic Orientation of Universities in Knowledge Transfer Activities. *Technological Forecasting and Social Change*, 2019, vol. 138, pp. 261–278. (In Eng.).
6. Kloststen M., Jones-Evans D. Comparing Academic Entrepreneurship in Europe – The Case of Sweden and Ireland. *Small Business Economics*, 2020, vol. 14, nr 4, pp. 299–309. doi 10.1023/a:1008184601282. (In Eng.).
7. Nguyen Quoc A., Le M. T., Pham H. H. The Impact of the Third Mission on Teaching and Research Performance: Evidence from Academic Scholars in an Emerging Country. *SAGE Open*, 2021, vol. 11, nr 4, pp. 1–12. doi 10.1177/21582440211054493. (In Eng.).
8. Jongbloed B., Enders J., Salerno C. Higher Education and Its Communities: Interconnections, Interdependencies and a Research Agenda. *Higher Education*, 2008, vol. 56, nr 3, pp. 303–324. (In Eng.).
9. Etzkowitz H. The Entrepreneurial University and the Emergence of Democratic Corporatism. In: Leydesdorff L. and Etzkowitz H. (eds.), *Universities and the Global Knowledge Economy: A Triple Helix of University-Industry-Government Relations*, London, 1997, pp. 141–152. (In Eng.).
10. Douglass J. A. (ed.). *The New Flagship University: Changing the Paradigm from Global Ranking to National Relevancy*. Springer, 2016, 217 p. doi 10.1057/9781137500496. (In Eng.).
11. Zinevich O. V., Ruzankina E. A. Universitet kak nauchnyi i social'nyi institut v sovremennoy rossiyskoy obshchestve [University as a Scientific and Social Institute in the Contemporary Russian Society]. *Vyshee obrazovanie v Rossii*, 2014, nr 7, pp. 37–43. (In Russ.).
12. Slaughter S., Leslie L. L. Expanding and Elaborating the Concept of Academic Capitalism. *Organization*, 2001, vol. 8, nr 2, pp. 154–161. (In Eng.).
13. Denny E. Three Ways Universities are Helping Their Communities during the Pandemic, available at: <https://eab.com/insights/expert-insight/operations/three-ways-universities-are-helping-their-communities-during-the-pandemic/> (accessed 15.01.2022). (In Eng.).
14. Timofeev A. «Ya pochemu-to ne boyus'»: kak studenty rabotayut v bol'nitsakh Moskvy [«For Some Reason or Not, I Am Not Afraid»: How Students Work in Moscow Hospitals], available at: <https://www.gazeta.ru/social/2020/05/06/13073815.shtml> (accessed 17.01.2022). (In Russ.).
15. Saxton S. Medical Students Help Tackle COVID-19 Community Health Challenges, available at: <https://www.imperial.ac.uk/news/217073/medical-students-help-tackle-covid-19-community/> (accessed 15.01.2022). (In Eng.).
16. UNESCO. Higher Education Institutions' Engagement with the Community. UNESCO COVID-19 Education Response: Education Sector Issue Notes (2020), available at: <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse/issuenotes> (accessed 18.02.2022). (In Eng.).
17. Thomas T. & Colin-Jones R. Universities were Key to Fast COVID Vaccine Development, available at: <https://www.universityworldnews.com/>

References

1. Stroetskaya E. V. Ideya i missiya sovremennogo universiteta [The Idea and Mission of a Modern University]. *Voprosy obrazovaniya*, 2009, nr 4, pp. 67–81. (In Russ.).
2. Sigurdson K. T. Clark Kerr's Multiversity and Technology Transfer in the Modern American Research University. *College Quarterly*, 2013, vol. 16, nr 2, pp. 1–15. (In Eng.).
3. Balmasova T. A. «Tret'ya missiya» universiteta – novyi vektor razvitiya? [Universities' «Third Mission» – a New Vector of Development?]. *Vyshee obrazovanie v Rossii*, 2016, vol. 8/9, nr 204, pp. 48–55. (In Russ.).

post.php?story=20210115084622247 (accessed 20.02.2022). (In Eng.).

18. Chernenkova E. I., Inozemtseva V. A. Rol' opornogo vuza v praktikakh obshchestvennogo uchastiya [Flagship University Role in Public Participation Practices]. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, 2018, vol. 22, nr 3 (115), pp. 127–140. doi 10.15826/umpa.2018.03.032. (In Russ.).

19. Egorov A., Leshukov O., Froumin I. «Regional Flagship» University Model in Russia: Searching for the Third Mission Incentives. *Tertiary Education and Management*, 2020, vol. 26, nr 1, pp. 77–90. doi 10.1007/s11233-019-09043-y. (In Eng.).

20. Gregersen B., Linde L. T., Rasmussen J. G. Linking between Danish Universities and Society. *Science and Public Policy*, 2009, vol. 36, nr 2, pp. 151–156. (In Eng.).

21. Knudsen M. P., Frederiksen M. H., Goduscheit R. C. New Forms of Engagement in Third Mission Activities: A Multi-Level University-Centric Approach. *Innovation*, 2021, vol. 23, nr 2, pp. 209–240. (In Eng.).

22. Golovko N. V., Ruzankina E. A. Predprinimatel'skii universitet: akademicheskii kapitalizm i mnogopol'zovatel'skoe upravlenie [Entrepreneurial University: Academic Capitalism and Multiusers' Management]. *Vlast'*, 2016, nr 5, pp. 67–74. (In Russ.).

23. Donatiello D., Gherardini A. All that Glitters is Not Gold: The Surrogate Use of University Spin-Offs. Insights from Italy. *Higher Education Policy*, 2019, vol. 32, nr 2, pp. 203–226. (In Eng.).

24. Schnurbus V., Edvardsson I. R. The Third Mission among Nordic Universities: A Systematic Literature Review. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 2022, vol. 66, nr 2, pp. 238–260. (In Eng.).

25. Cervantes M. Higher Education Institutions in the Knowledge Triangle. *Forsait*, 2017, vol. 11, nr 2, pp. 27–42. (In Eng.).

26. Goethner M., Wyrwich M. Cross-Faculty Proximity and Academic Entrepreneurship: The Role of Business Schools. *The Journal of Technology Transfer*, 2020, vol. 45, nr 4, pp. 1016–1062. (In Eng.).

27. O'Reilly N. M., Robbins P., Scanlan J. Dynamic Capabilities and the Entrepreneurial University: A Perspective on the Knowledge Transfer Capabilities of Universities. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 2019, vol. 31, nr 3, pp. 243–263. (In Eng.).

28. Sedash S. N., Kameneva E. A. Analiz mirovoi i rossiiskoi praktiki finansirovaniya vysshego obrazovaniya [Funding for Higher Education: International and Russian Experience]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik*, 2021, nr 5, pp. 50–58. (In Russ.).

29. Vorley T., Nelles J. (Re)conceptualising the Academy: Institutional Development of and beyond the Third Mission. *Higher Education Management and Policy*, 2008, vol. 20, nr 3, pp. 1–17. (In Eng.).

30. Dahlborg C. et al. To Invent and Let Others Innovate: A Framework of Academic Patent Transfer Modes. *The Journal of Technology Transfer*, 2017, vol. 42, nr 3, pp. 538–563. (In Eng.).

31. Bourellos E., Magnusson M., McKelvey M. Investigating the Complexity Facing Academic Entrepreneurs in Science and Engineering: The Complementarities of

Research Performance, Networks and Support Structures in Commercialisation. *Cambridge Journal of Economics*, 2012, vol. 36, nr 3, pp. 751–780. (In Eng.).

32. D'Este P., Perkmann M. Why do Academics Engage with Industry? The Entrepreneurial University and Individual Motivations. *The Journal of Technology Transfer*, 2011, vol. 36, nr 3, pp. 316–339. (In Eng.).

33. Esko T., Tuunainen J., Miettinen R. Social Impact and Forms of Interaction between University Research and Society in Humanities and Social Sciences. *International Journal of Contemporary Sociology*, 2012, vol. 49, nr 1, pp. 17–46. (In Eng.).

34. Benneworth P., Young M., Normann R. Between Rigour and Regional Relevance? Conceptualising Tensions in University Engagement for Socio-Economic Development. *Higher Education Policy*, 2017, vol. 30, nr 4, pp. 443–462. (In Eng.).

35. Berghaeuser H., Hoelscher M. Reinventing the Third Mission of Higher Education in Germany: Political Frameworks and Universities' Reactions. *Tertiary Education and Management*, 2020, vol. 26, nr 1, pp. 57–76. (In Eng.).

36. Smirnov V. A., Fadeeva L. A., Punina K. A., Golubev S. V. Universitet i regional'nye (gorodskie) soobshchestva: modeli sosushchestvovaniya i upravlencheskie mekhanizmy integratsii (rossiiskii i evropeiskii opyt) [University and Regional (Urban) Communities: Models of Coexistence and Managerial Mechanisms of Integration (Russian and European Experience)]. *Ars Administrandi*, 2013, nr 4, pp. 102–116. (In Russ.).

37. Emelyanova I. N. Strategicheskie priority klassicheskogo universiteta: kontent-analiz missii [Strategic Priorities of a Classical University: Mission Content Analysis]. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, 2016, nr 5 (105), pp. 4–14. doi 10.15826/umj.2016.105.039. (In Russ.).

38. Marton F. Phenomenography – Describing Conceptions of the World around Us. *Instructional Science*, 1981, vol. 10, nr 2, pp. 177–200. (In Eng.).

39. Kuzminov Ya. I., Yudkevich M. M. Universitety v Rossii: kak eto rabotaet [Russian Universities: How the System Works], Moscow, HSE Publishing House, 2021, 616 p. doi 10.17323/978-5-7598-2373-5. (In Russ.).

40. Zinevich O. V., Balmasova T. A. «Tret'ya missiya» i sotsial'naya vovlechenost' universitetov: k postanovke problemy [The «Third Mission» and Social Engagement of Universities: To the Problem Statement]. *Vlast'*, 2015, nr 6, pp. 67–72. (In Russ.).

41. Vidrevich M. B. Tret'ya missiya universitetov: kakoi my ee vidim? In: *Vysshee obrazovanie v rossiiskikh regionakh: vyzovy XXI veka*, Ekaterinburg, 2018, pp. 88–95. (In Russ.).

42. De La Torre E. M., Agasisti T., Perez-Esparrells C. The Relevance of Knowledge Transfer for Universities' Efficiency Scores: An Empirical Approximation on the Spanish Public Higher Education System. *Research Evaluation*, 2017, vol. 26, nr 3, pp. 211–229. (In Eng.).

43. Cosenz F. Adopting a Dynamic Performance Governance Approach to Frame Interorganizational Value Generation Processes into a University Third Mission Setting. *Governance and Performance Management in Public Universities*, Springer, 2022, pp. 87–108. doi 10.1007/978-3-030-85698-4_5. (In Eng.).

44. Compagnucci L., Spigarelli F. The Third Mission of the University: A Systematic Literature Review on Potentials and Constraints. *Technological Forecasting and Social Change*, 2020, vol. 161, pp. 1–30. doi 10.1016/j.techfore.2020.120284. (In Eng.).

45. Benneworth P., Pinheiro R., Sánchez-Barrioluengo M. One Size does Not Fit All! New Perspectives on the University

in the Social Knowledge Economy. *Science and Public Policy*, 2016, vol. 43, nr 6, pp. 731–735. doi 10.1093/scipol/scw018. (In Eng.).

46. Konstantinov G. N., Filonovich S. R. Chto takoe predprinimatel'skii universitet [What is an Entrepreneurial University]. *Voprosy obrazovaniya*, 2007, nr 1, pp. 49–63. (In Russ.).

Информация об авторах / Information about the authors

Дремова Оксана Викторовна – младший научный сотрудник Института образования, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; odremova@hse.ru; ORCID 0000-0001-6434-2251.

Щеглова Ирина Александровна – кандидат наук об образовании, младший научный сотрудник Института образования, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; ishcheglova@hse.ru; ORCID 0000-0001-5949-9617.

Oksana V. Dremova – Junior Researcher, Institute of Education, National Research University «Higher School of Economics»; odremova@hse.ru; ORCID 0000-0001-6434-2251.

Irina A. Shcheglova – PhD (Education), Junior Researcher, Institute of Education, National Research University «Higher School of Economics»; ishcheglova@hse.ru; ORCID 0000-0001-5949-9617.

