

ЗИНЕВИЧ Ольга Владимировна — д.филос.н., доцент; заведующий кафедрой международных отношений и регионоведения факультета гуманитарного образования Новосибирского государственного технического университета (630073, Россия, г. Новосибирск, пр-кт К. Маркса, 20; zinevich@fgo.nstu.ru)

БАЛМАСОВА Татьяна Анатольевна — аспирант кафедры международных отношений и регионоведения Новосибирского государственного технического университета (630073, Россия, г. Новосибирск, пр-кт К. Маркса, 20; Balmassowa@mail.ru)

«ТРЕТЬЯ МИССИЯ» И СОЦИАЛЬНАЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ УНИВЕРСИТЕТОВ

Аннотация. В статье рассматривается актуальность проблемы, связанной с изучением трансформации социальной функции университета в постиндустриальном обществе в результате коммерциализации научной и образовательной деятельности. Анализируется опыт осуществления «третьей миссии» и социальная вовлеченность западных и российских университетов. Показывается, что реализация «третьей миссии» включает в себя сохранение гуманистического ядра – некоммерческой деятельности университета, направленной на решение социальных проблем. Отмечается, что в России социальная вовлеченность университетов пока незначительна и находится в процессе становления.

Ключевые слова: социальная функция университета, «третья миссия», коммерциализация высшей школы, социальная вовлеченность

Первое десятилетие XXI в. ознаменовалось дискуссией о существенном изменении миссии университета в современном мире [Laredo 2007]. Эти изменения касаются целей и способов взаимодействия университета с обществом — наукой, экономикой, культурой, различными институтами гражданского общества. «Отношения между университетом и средой, в которой он существует, характеризуются растущей асимметрией между запросами этой среды и способностью института отвечать на них. Дисбаланс создает проблему неудовлетворительности институтов. От университетов сегодня требуют так много, что традиционные подходы оказываются неуместными» [Кларк 2011: 15]. Образ университета, его основное предназначение — иными словами, его социальная миссия до середины прошлого века определялась успешностью образовательной деятельности и связанных с нею научных исследований. Появление таких понятий, как *transfer*, *third stream* или *third mission* (трансфер, третья направленность, третья миссия), означало, что социальная направленность университета обретает новое содержание. Деятельность университета, безусловно, и прежде имела социальный вектор, однако в период формирования постиндустриального общества и в связи с приобретением системой высшего профессионального образования массового характера идея социальной миссии университета была коренным образом трансформирована. Эта трансформация затронула гуманистическое ядро идеи университета — понимание миссии как социальной вовлеченности, бескорыстного служения обществу.

Миссия университета включает в себя социально значимые цели — сохранение и трансляцию интеллектуального и культурного наследия, развитие свободной интеллектуальной личности, воспитание гражданской позиции и, что особенно важно в контексте данного исследования, производство и трансляцию знания как блага, доступного представителям различных социальных слоев и национальностей, людям с ограниченными возможностями здоровья и другим социально депривированным группам. Современные университеты становятся предпринимательскими — генерирующими инновации коммерческими предприятиями, где широко распространены предпринимательские убеждения и ценности. Дрейф университетов в сторону все большей предпринимательской активности «подталкивает нас к пересмотру распространенных представлений о том, что в трансформации университетов первостепенное значение имеют “руководство” и “миссия”, которую им предстоит выполнить» [Кларк 2011: 14]. Не означает ли это, что коммерциализация научных исследований и предложение образовательных услуг на

коммерческой основе делает лишней и непродуктивной гуманистическую идею миссии университета по служению обществу? Предусматривает ли новая трактовка социальной направленности университета как «третьей миссии» социальную вовлеченность — некоммерческую деятельность на благо общества? Актуально ли это для российской высшей школы? Попытаемся обосновать правомерность такой постановки вопроса и необходимость расширения отечественных исследований в обозначенном проблемном поле.

Для начала зафиксируем тот факт, что новое понимание социальной направленности университета в терминах «третьей миссии» тесно связано с изменениями в характере научной деятельности и созданием инновационных и предпринимательских университетов, где научная активность не исчерпывается деятельностью преподавателей по развитию новых оригинальных исследовательских проектов [Исследовательские университеты... 2009: 57]. Речь идет о возрастающем прямом взаимодействии университетских исследований с экономическими и социальными институтами вне университета. Решающим фактором формирования нового типа отношений университета и общества становится развитие высокотехнологичного сектора экономики в тесном сотрудничестве с университетскими лабораториями, которые стали заниматься инновационной деятельностью. С середины 1980-х гг. наблюдается экспоненциальный рост сотрудничества между индустрией и университетами. Трансформации взаимодействия университета с экономическими и другими социальными институтами обусловлены существенными изменениями в производстве научного знания, которые описаны в концепции науки «второго рода» [Gibbons et al. 1994]. Наука «второго рода» (*mode-2 science*) характеризуется большей открытостью по отношению к изменениям, происходящим в обществе, более активным участием в производстве знания внешних акторов, прежде всего бизнеса и государства. Это усиливает контекстную зависимость научных исследований и программ обучения и выводит на новый уровень противоречие между научной и социальной функциями современного университета [Зиневич, Рузанкина 2014]. Становление университетов как инновационных и предпринимательских структур сопровождается продвижением идеи «третьей миссии» — активного участия высшей школы в жизни общества через экономические инструменты трансфера знаний в человеческий капитал, интеллектуальную собственность, инновационные предприятия, индустрию, политические институты и т.д. Университеты находят новые источники своего существования в коммерциализации результатов — лицензировании прав на использование принадлежащей университетам интеллектуальной собственности и венчурном предпринимательстве — создании нового бизнеса на базе принадлежащих университетам изобретений. «В совокупности эта деятельность университетов получила в США название “академический капитализм”» [Исследовательские университеты... 2009: 59]. Таким образом, с начала 1990-х гг. создаются экономические механизмы перехода знаний в индустриальный и социальный мир — их кодификация, превращение в товар и использование в целях извлечения прибыли. С этого времени считается, что университеты должны не просто производить новые знания, ориентируясь на внутреннюю логику развития научных исследований, но делать это, имея в виду конкретный социальный заказ, а также определенные социальные и экономические перспективы внедрения кодифицированного научного знания в различные сферы жизнедеятельности общества.

В этом контексте зарубежными авторами выделяются следующие характеристики «третьей миссии» университета:

- генерирование, практическое применение знаний, получение выгоды от ресурсов (помещения, техника) за пределами академической среды [Jongbloed 2008];

- становление университета как предпринимательской структуры в рамках концепции «тройной спирали» [Leydesdorff 2012];

- экономическое применение исследований, патентов, трансфер технологий, а в широком смысле — любая деятельность в направлении общества [Dan 2012: 50].

Несмотря на то что «академический капитализм» играет существенную роль в поддержании финансовой стабильности университета, «третья миссия» не сводится к непосредственному участию в создании инновационной экономики и

получению коммерческой выгоды. Понимание «третьей миссии» является гораздо более широким и включает в себя некоммерческую деятельность университетов, направленную на решение социальных проблем. Следует отметить, что, анализируя деятельность европейских университетов по осуществлению «третьей миссии», эксперты отмечали недостаточную ориентацию университетских научных исследований на решение социальных и культурных проблем, что связано с необходимостью искать источники финансирования научных разработок в сфере бизнеса. Финансирование таких исследований – это функция государства и гражданского общества (неправительственных организаций, благотворительности, специальных фондов). Способность университетов развивать широкий спектр деятельности по решению социальных проблем зависит не только от государственного финансирования, но и от возможностей заинтересованных групп и других неправительственных организаций [Laredo 2007: 5]. Таким образом, «третья миссия» университета может быть реализована через прикладные научные исследования, которые имеют некоммерческую социальную направленность и финансируются структурами гражданского общества и государства.

«Третью миссию» университета необходимо рассматривать не только в плане инновационного предпринимательства, но и как любую некоммерческую деятельность, направленную на благо общества. Во многих странах происходит взаимный некоммерческий институционализированный обмен между высшей школой и обществом как добровольное участие университетов или отдельных его членов в социальных, общественных, экологических и экономических проектах общин, региона, страны в целом. Эта социальная вовлеченность дает возможность реализации миссии общественного служения и сочетается с целым рядом мотивов, релевантных для общества, университета, студентов, государства. Университеты создают запас доверия к себе, выступая в качестве компетентного некоммерческого партнера, чем привлекают абитуриентов, а также используют полученный практический опыт социального партнерства при организации научных исследований и в процессе обучения. Обучающиеся, в свою очередь, имеют возможность применить академические знания и получить дополнительную квалификацию вне стен академического учреждения. Общественная активность выступает как потенциал обогащения опыта и развития личности, готовит к будущей профессиональной деятельности, формирует навыки ответственного поведения в обществе, воспитывает гражданина. Государство выигрывает как с экономической точки зрения, так и с точки зрения упрочения социальной стабильности. Конкретное улучшение местных условий жизни и работы, ликвидация социальной несправедливости, вовлечение в эту работу как можно большего числа людей и, как следствие, стабилизация общества – вот те цели, которые могут быть достигнуты в рамках осуществления университетом гуманистической социальной миссии.

В университетах Великобритании, Германии, Австралии, США практикуется ряд форм общественной активности, такие как *Civic Engagement* (гражданская активность), *Community-Outreach* (работа с общественностью), *Community Service* (общественно-полезная деятельность), *Service Learning* (обучение действием), *Social Entrepreneurship* (социальное предпринимательство) и другие, причем сами определения и целевые установки этих концепций могут пересекаться [Berthold et al. 2010].

Концепция *Civic Engagement* пронизана идеей того, что университеты играют важную роль в распространении демократии и создании демократического общества через актуализацию академических знаний в реальных жизненных условиях, улучшение жизни в местных общинах и общностях, содействие становлению демократии и демократического общества. *Community-Outreach* касается выполнения общественной миссии – предоставления программ развития, экспертиз и других услуг по низким ценам или вообще бесплатно. Социальная вовлеченность университета не ограничивается лишь местными общинами, но может выходить и на региональный, национальный и международный уровень. Главное направление *Community Service* американского образца – это непосредственное оказание услуг местным общинам, преимущественно в социальных вопросах. *Service*

Learning подразумевает включение практических семинаров в учебный план, что повышает интерес и способность преподавателей и студентов к решению социальных проблем. Ценность данного проекта заключается в приобретении студентами практического опыта и в возможности для университета пересмотреть концепции исследования и обучения в плане максимального их соответствия общественным потребностям. Главной целью концепции *Social Entrepreneurship* в высших учебных заведениях является создание сообщества студентов, ученых и предпринимателей, которые совместно занимаются решением социальных вопросов. Результатом такой деятельности должен стать сформировавшийся предприниматель, который несет людям добро и социальную ответственность, при этом успешен и конкурентоспособен. В ходе решения этих задач достигаются такие важные промежуточные цели, как повышение социальной активности студентов, развитие личности обучаемого, приобретение личного жизненного опыта, развитие коммуникативных, социальных компетенций. Кроме того, налаживается совместная работа университетов между собой и с другими социальными институтами, получают поддержку исследования, направленные на социальные изменения. Экономическая активность, закрепленная в социальных проектах, способствует созданию новых рабочих мест.

В условиях усиления коммерциализации российского образования и науки изучение опыта европейских и американских университетов с позиций поиска возможностей сохранения и прумножения социальной вовлеченности университетов представляет особый интерес. Вместе с тем нельзя забывать о том, что общественно-полезная деятельность российских вузов осуществляется в иных, отличных от западных образцов институциональных условиях. В процессе модернизации российской высшей школы был предпринят ряд шагов по коммерциализации университетов, что связано, прежде всего, с введением и расширением платных образовательных услуг. Попытка интеграции науки и образования на базе высшей школы пока не привела к формированию «социально распределенного» производства знания и, следовательно, широкому развитию университетского предпринимательства. В системе высшего образования России, характеризующейся разрывом между образованием и реальной жизнью, не уделяется достаточно внимания взаимосвязи образовательного процесса и общественно полезной деятельности молодежи. Не способствует социальной вовлеченности студентов и организация практики в процессе обучения [Захарова и др. 2006: 6], хотя этому вопросу уделяется все больше внимания. В целом, в условиях сокращения государственного финансирования, коммерциализации образовательных услуг и незрелости предпринимательской активности реализация социально ориентированных проектов не является значимым видом деятельности российских университетов, что отодвигает идею осуществления гуманистической миссии университета на второй план.

Отечественные ученые отмечают узкую направленность взаимодействия российских университетов с обществом. Партнерами университетов становятся в основном органы региональной власти, промышленные предприятия и бизнес-сообщества, сотрудничество с которыми решает такие важные задачи, как «повышение качества образовательных услуг, удовлетворение потребностей рынка труда, удовлетворение потребностей предприятий в научных исследованиях и разработках для развития той или иной экономической отрасли или кластера», но редко затрагивает вопросы некоммерческой социальной вовлеченности. Особенностью выстраивания отношений является «стремление университетов использовать связи с местными сообществами для достижения преимущественно краткосрочных финансовых целей, когда социальные функции высшего образования рассматриваются как второстепенные, а подчас как архаичные, унаследованные от предыдущей исторической эпохи» [Университет... 2011: 8].

О.В. Перфильева в своем исследовании «Университет и регион: на пути к реализации третьей функции» подтверждает, что программы развития федеральных университетов не разрабатывают никаких специальных стратегий в отношении местного сообщества, а социальная функция реализуется как производная от тра-

диционных. Автор выделяет несколько социальных форм активности университетов, таких как «экспертиза социально-экономического развития региона», «взаимодействие с профсоюзными общественными организациями», «взаимодействие в рамках воспитательной и социальной работы», которые не выделяются в самостоятельное направление деятельности университета и являются лишь частью реализации университетами таких функций, как «воспитание подрастающего поколения, развитие своих образовательных услуг, включая повышение их качества, развитие научных исследований» [Перфильева 2011: 139].

В России участие университетов в решении социальных проблем пока незначительно и находится на стадии становления. Еще отсутствует отчетливое понимание самостоятельного значения социальной направленности деятельности университетов, необходимости сохранения гуманистического ядра миссии служения обществу. Отчасти это связано с тем, что в российском обществе недостаточно развито социальное партнерство, которое должно строиться на взаимодействии университетов, органов власти, органов местного самоуправления с разнообразными общественными объединениями и некоммерческими организациями, самим населением. Необходимо разрабатывать концепцию «третьей миссии» и социальной вовлеченности для российских университетов, что позволит выявить приоритеты и определить основные возможности полноценной реализации университетами гуманистической миссии в условиях коммерциализации науки и образования.

Список литературы

Захарова Е.А., Бодренкова Г.П., Попова А.А., Захаров И.Г. 2006. *Обучение дей- ствием*. Межрегиональный благотворительный общественный фонд «Созидание». 114 с.

Зиневич О.В., Рузанкина Е.А. 2014. Университет как научный и социальный институт в современном российском обществе. — *Высшее образование в России*. № 7. С. 37-43.

Исследовательские университеты США: механизмы интеграции науки и образова- ния (под ред. И.Б. Супяна). 2009. М.: Магистр. 399 с.

Кларк Б.Р. 2011. *Создание предпринимательских университетов: организационные направления трансформации*. М.: ИД ГУ–ВШЭ. 240 с.

Перфильева О.В. 2011. Университет и регион: на пути к реализации третьей функ- ции. — *Вестник международных организаций*. № 1(32). С. 133-144.

Университет как социально ответственный партнер территории (под ред. С.В. Голубева). 2011. М.: Фонд «Новая Евразия». 92 с.

Berthold Ch., Meyer-Guckel V., Rohe W. 2010. *Mission Gesellschaft*. Edition Stifterverband. 160 s. URL: http://www.stifterverband.info/publikationen_und_podcasts/positionen_dokumentationen/mission_gesellschaft/mission_gesellschaft.pdf (accessed 20/03/15).

Dan M.-C. 2012. The Third Mission of Universities in the Development Strategy of Vienna City. — *Informatica. Economica*. Vol. 16. No 4. P. 49-56. URL: [http://www.revistaie. ase.ro/content/64/06%20-%20Dan.pdf](http://www.revistaie.ase.ro/content/64/06%20-%20Dan.pdf) (accessed 20/03/15).

Gibbons M., Limoges C., Nowotny H., Schwartzman S., Scott P., Trow M. 1994. *The New Production of Knowledge: The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies*. London: Sage. 191 p.

Jongbloed B. 2008. Indicators for Mapping University-Regional Interactions. URL: http://www.prime-noe.org/spip.php?action=acceder_document&arg=436&cle=24212f819a676bf0b6a49b18e794874c53ed6b80&file=pdf%2FJongbloed.pdf (accessed 20/03/15).

Laredo Ph. 2007. Main Transformations, Challenges and Emerging Patterns in Higher Education Systems. — *UNESCO research seminar for the Regional Scientific Committee for Europe and North America*. URL: http://portal.unesco.org/education/fr/files/53913/11858787305Towards_a_third_Mission_universities.pdf/Towards_a_third_Mission_universities.pdf

Leydesdorff L. 2012. The Triple Helix of University-Industry-Government Relations. URL: <http://www.leydesdorff.net/th12/th12.pdf> (accessed 20/03/15).

ZINEVICH Ol'ga Vladimirovna, *Dr. Sci (Philos.), Associate Professor; Head of the Chair of International Relations and Regional Studies, Department of Humanities, Novosibirsk State Technical University (20, Karl Marx Ave, Novosibirsk, Russia, 630073; zinevich@jgo.nstu.ru)*

BALMASOVA Tat'yana Anatol'evna, *postgraduate student of the Chair of International Relations and Regional Studies, Novosibirsk State Technical University (20, Karl Marx Ave, Novosibirsk, Russia, 630073; Balmassowa@mail.ru)*

THE THIRD MISSION AND SOCIAL ENGAGEMENT OF UNIVERSITIES

Abstract. *The article is devoted to the problem of higher school modernization in the context of universities' social function. Growth of universities as innovative and entrepreneurial structures is supported by the idea of third mission. The author shows that realization of the third mission enables the university to retain its humanistic core – an opportunity to create public goods and services to the community, which is important both for foreign and Russian universities. It is noted that the implementation of social programs of Russian universities is not yet a priority for the Russian state and society.*

Keywords: *social function of university, third mission, commercialization of higher education, social engagement*

КВОН Даниил Андреевич – к.полит.н., доцент кафедры политологии Московского авиационного института (Национального исследовательского университета) (125993, Россия, г. Москва, Волоколамское ш., 4; docentkvon@yandex.ru)

ИНДЕКС ВОСПРИЯТИЯ КОРРУПЦИИ: ОЦЕНКА МЕТОДОЛОГИИ

Аннотация. *В статье критически анализируется методология расчета индекса восприятия коррупции, который составляется международной организацией Transparency International. В этом контексте обосновываются рекомендации по формированию концептуальных и методических основ национальной системы оценки уровня коррупции как универсального стандартизированного инструментария для проведения систематического мониторинга антикоррупционной деятельности в Российской Федерации.*

Ключевые слова: *коррупция, индекс восприятия коррупции, Трансперенси Интернешнл, национальная система оценки коррупции, антикоррупционная политика*

На данный момент в Российской Федерации не существует единой системы оценки коррупции, в частности методик ее расчета в различных сферах общественной жизни. Это обстоятельство затрудняет формирование и реализацию антикоррупционной политики, и, соответственно, актуализируется необходимость создания такой системы. Мировой опыт показывает, что при решении вопроса о методологии оценки уровня коррупции на национальном уровне существует два варианта:

- интеграция результатов международных сравнительных исследований в национальную антикоррупционную политику;
- проведение национальных социологических (диагностических) исследований.

Существует также единство в оценке возможностей статистической информации на основе отчетности правоохранительных органов как ограниченных. Такая информация может быть важным, но дополнительным источником информации о ситуации с коррупцией в стране.

В данной статье мы обратимся к международному опыту и рассмотрим методологические недостатки построения индекса восприятия коррупции.

Наиболее известным и цитируемым методом измерения коррупции в мире является Индекс восприятия коррупции (*Corruption Perception Index – CPI*) – ежегодный