ЦЕННОСТНЫЕ АСПЕКТЫ В РЕАЛИЗАЦИИ ТРЕТЬЕЙ МИССИИ УНИВЕРСИТЕТА

Концепт «третья миссия университета» в течение нескольких последних лет вошёл в число широко дискутируемых в отечественной науке об образовании. Его концептуальная и практическая востребованность очевидно коррелирует с процессом ранжирования российских вузов, точнее, с очередным этапом отбора опорных региональных университетов как центров инновационного, технологического и социального развития регионов. Программы развития участвующих в этом процессе вузов, разумеется, включают в себя проекты и мероприятия, направленные на повышение академических и научно-исследовательских результатов их деятельности, однако особый акцент они делают на формы и методы влияния вузов на комплексное развитие регионов. Понятно, что региональным вузам непросто выдерживать конкуренцию с федеральными и национальными исследовательскими университетами по главным показателям (хотя в некоторых областях науки и техники это вполне решаемая задача), но в своих регионах они оказываются просто незаменимыми с точки зрения поддержания благоприятной социокультурной среды.

При всей специфичности технологий работы с местным и региональным сообществом университетам следует придерживаться принципа ценностного единства внутреннего и внешнего векторов социокультурной активности. Вся пирамида ценностей, культивируемых в контексте организационной культуры университета, должна проецироваться в региональную социокультурную среду через соответствующую систему социально-коммуникативных проектов и мероприятий. Особое внимание при выстраивании данной системы следует уделить ценности патриотизма. Современные геополитические процессы, обострившаяся в глобальном информационном пространстве конкуренция выводит ценностную составляющую третьей миссии российских вузов на передний план.

В предлагаемых ниже статьях отражена позиция учёных ***Ухтинского государственного технического университета*** *относительно роли ценностного аспекта в управлении современным российским вузом.*