

«ТРЕТЬЯ МИССИЯ» УНИВЕРСИТЕТА – НОВЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ?

БАЛМАСОВА Татьяна Анатольевна – аспирант кафедры международных отношений и регионоведения, Новосибирский государственный технический университет. E-mail: Balmassowa@mail.ru

***Аннотация:** В статье рассматриваются различные концепции «третьей миссии» университета. Анализируя зарубежные практики осуществления университетом «третьей миссии», автор приходит к выводу о невозможности копирования и переноса инородных идей в отечественную сферу высшего образования без учета национальных особенностей. С точки зрения автора, именно общественная миссия университета способна помочь университету, традиционно производящему общественное благо, противостоять ценностям рынка, сохранять свою идентичность и функции университета как социального института.*

***Ключевые слова:** университет, третья миссия, общественная миссия, общественное благо*

***Для цитирования:** Балмасова Т.А. «Третья миссия» университета – новый вектор развития? // Высшее образование в России. 2016. № 8-9 (204). С. 48–55.*

Глобальные социокультурные трансформации и экономический кризис, сопровождающие переход от постиндустриальной к информационной эпохе, ставят под сомнение функции и роли многих социальных институтов, требуют их переосмысления и самоопределения. Переход к новой парадигме экономического развития, сущностной основой которой становятся знания и инновации, выдвигает на первый план задачи модернизации системы высшего образования, так как только она способна обеспечить воспроизводство «человеческого капитала», который будет подготовлен к технологическим, организационным, институциональным и другим изменениям [1, с. 52]. Речь идет о сокращении общего количества вузов и их дифференциации (элитные вузы, федеральные университеты, национальные исследовательские университеты, опорные вузы); признании необходимости перехода к инновационной модели деятельности вузов; совершенствовании организации образовательного процесса, включая разработку образовательных программ (программ нового поколения), внедрение новых технологий обучения (методы проектной работы, кейс-ме-

тодики, дистанционное обучение и др.); апробации вариативных образовательных программ, способных создавать и учитывать индивидуальные образовательные траектории с учетом потребностей и личностных свойств обучающихся; создании системы непрерывного образования – подготовки и переподготовки профессионалов.

Модернизация системы высшего образования затрагивает не только её структурно-организационную перестройку, но и сами основы института высшего образования – те цели и ценности, которые складываются в его миссию по отношению к обществу в целом, его отдельным институтам и человеку как члену общества. Как изменяются миссии российского высшего образования в условиях его реформирования и насколько полезно может быть изучение зарубежного опыта для поиска оптимального пути развития?

Исторически миссия университета складывалась так, что он не являлся производителем блага в экономическом смысле. Терминальными целями университетского образования были «обучение достижениям культуры, развитие интеллекта и духовности» [2, с. 69]. Главной миссией средне-

вековых университетов было воспитание «не столько профессионала, сколько активного субъекта культуры, человека с особыми социальными ориентирами и соответствующим мировосприятием. Образование было тесно связано с общим миром культурных ценностей и смыслов» [2, с. 68]. На индустриальном этапе развития общества, для которого характерна «относительно невысокая скорость накопления новых знаний», миссией университета становится подготовка профессионалов в конкретных областях, способных исполнителей, обладающих определенными знаниями и навыками [1, с. 52]. Постиндустриальный этап развития, характеризующийся созданием новых информационных и коммуникационных технологий, требует существенных социокультурных перемен. На смену исполнителю должны прийти творцы, обладающие не только компетенцией в какой-то узкой области, но и фундаментальными знаниями во многих областях. Миссией университета становится подготовка специалистов, способных к самостоятельному поиску знания, его анализу, обобщению, проектированию. Таким образом, миссия университета трансформируется под влиянием поступающих извне вызовов. Однако на протяжении всего этого периода существования университета образование понимается как социально значимое, общественное благо, которое предполагает отстраненность от утилитаризма и сиюминутной выгоды.

В чём особенность развития университетов в современных условиях – на «знаниевом» этапе развития общества? Экономика знаний зависит от производства нового знания, его передачи в процессе обучения и воспитания, его распространения через информационные и коммуникативные технологии и использования в новых производственных процессах и сервисах. Университеты участвуют во всех этих процессах: от проведения исследований, а также внедрения и распространения результатов до производства человеческого капитала – необходимого ре-

сурса для инновационного развития общества. Таким образом, функции университетов расширились и стали включать в себя развитие практико-ориентированных исследований, создание и внедрение новых технологий. Согласно теории Хофнера, высшее образование сегодня «выполняет три социально значимые функции: подготовку высококвалифицированных специалистов, производство новых знаний и оказание услуг обществу» [3, с. 37].

Означает ли это, что высшее образование превращается «в чистый продукт рынка»? Не утрачивает ли университет своей культурообразующей функции, социально значимой роли института, производящего общественное благо – творческую личность, культурный и интеллектуальный потенциал общества? Уже не раз в научной литературе поднимался вопрос о том, является ли образование «социально значимым благом», которое гарантируется и предоставляется на неконкурентной основе всем без исключения гражданам или же «высококачественной услугой». Т.А. Хагуров полагает, что дискуссия ведётся, по существу, между защитниками «экономикоцентризма» неолберальной философии образования и «гуманистическим идеализмом» классической философии образования [4].

Если для образования как общественного блага характерны такие свойства, как «несоперничество в потреблении» и «неисключаемость», т.е. неограниченный доступ к образованию, то образовательные услуги обладают этими свойствами лишь до «некоторого порогового уровня», пока между потребителями не возникает конкуренции в пользовании данными услугами. Как следствие – образование становится частным благом и имеет рыночные характеристики: выступает объектом купли-продажи, имеет рыночную стоимость, которая определяется спросом и предложением, что, в свою очередь, влечет за собой определенные риски [5].

Первая опасность связана с ценностями общества потребления, которые носят

прагматический характер. Высшая школа из института обучения и воспитания превращается в институт системы потребления. Приоритетами в получении высшего образования становятся «доступность, удобность, экономическая усредненность и эффективность, упакованность учебных программ в яркие функциональные упаковки» [6]. Вторая опасность кроется в изменении идеологии целей получения образования. Отечественные и зарубежные исследователи отмечают отсутствие у студентов интереса ко всему, что не содержит, на их взгляд, практической полезности. Целями получения образования у студентов становятся их будущая эффективность и конкурентоспособность, в первую очередь – индивидуальное благополучие, а не служение обществу. Третья опасность заключается в изменении самих целей образования. Ведь последние не исчерпываются передачей ЗУНов и компетенций: образование формирует личностные качества, имеющие гуманистическое содержание и общественную значимость.

В странах, давно живущих в условиях рынка, создаются и реализуются различные практики, компенсирующие ограниченность рыночного подхода к образованию. Так, разработанная в 1940–1950 гг. П. Друкером и Х. Боуэном «концепция социальной ответственности бизнеса» была распространена и на деятельность вузов. Другим примером противостояния рынку служит программа «Service-Learning», разработанная с целью совмещения образовательного процесса и общественно полезной деятельности. Появившись в США, программа получила поддержку в Бразилии, Аргентине, Венесуэле, Чили, Испании. Во многих школах и университетах программа «Service-Learning» не только предполагает добровольное участие студентов и школьников в жизни местного сообщества, но и внедряется как часть программы гражданского образования. Для России, где рыночные отношения еще только устанавливаются, риски еще больше, как и потребности в

их компенсации. Вопрос о том, как вузу стать инновационным и эффективным, не изменив при этом традиционным академическим ценностям, остается открытым. Проблема осознания социальной ответственности перед обществом и своей роли в обществе только начинает формироваться и требует внимания всех заинтересованных сторон.

Стратегия сохранения идентичности университета как социального института, создающего общественное благо, сопрягается с дискуссиями о третьей миссии университета, развернутыми в зарубежной литературе в 90-х гг. прошлого столетия и актуальными для современных российских реалий. Что скрывается за термином «третья миссия»? Несмотря на продолжающиеся дискуссии по этому вопросу, единого определения или термина пока не существует. Если систематизировать имеющиеся подходы, то можно выделить три основных: 1) «третья миссия» – не отдельная миссия, а скорее способ действия или образ мыслей для совершенствования двух других – обучения и исследований» [7]; 2) «третья миссия» – отдельная миссия, собирательный термин для обозначения всего, что не относится к обучению и исследованиям; 3) «третья миссия» – это «отношения между высшим образованием и обществом за пределами обучения и исследований»; «набор функций, отличный от обучения и исследований»; «круг деятельности, включающий создание, использование, применение знаний и других университетских мощностей за пределами академического окружения» [8; 9]. Как правило, «третья миссия» включает три аспекта деятельности университета: трансфер технологий и инноваций, продолженное обучение и социальное участие.

Трансфер технологий и инноваций. Данное измерение «третьей миссии» тесно связано с исследованием и может быть определено как продвижение идей, практик, ноу-хау, технического знания, интеллектуальной собственности, открытий или

изобретений, получаемых в результате исследований, проводимых в университете, во внеакадемическое окружение, что приводит к социальной и коммерческой пользе на местном, региональном, национальном или глобальном уровнях.

Продолженное обучение. Под ним понимается обучающая деятельность на протяжении всей жизни с целью повышения качества знаний, навыков и компетенций с перспективой личной, гражданской, социальной занятости.

Социальное участие. Речь идет о партнерстве университетского знания и ресурсов с общественным и частным сектором с целью улучшения образования, исследований и креативности, совершенствования учебного плана, подготовки образованных, активных граждан, укрепления демократии и гражданской ответственности, содействия общественному благу.

Многими авторами «третья миссия» рассматривается как многомерный феномен, который на равных включает в себя культурное, социальное и политическое измерение. Так, М. Мархл и А. Паусист, разрабатывая вопрос методологии оценки «третьей миссии» университетов, понимают под ней «совокупность специфических услуг, основанных на действиях и возможностях, служащих для блага общества» [10, с. 2]. П. Бенневоорт выделяет в деятельности университета четыре направления. «Engaged Research» – исследовательские проекты, подразумевающие активное участие в жизни страны, в построении общества знаний, а также исследования, осуществляемые по заказу некоммерческих организаций. «Knowledge Sharing» – совместное (коллективное) использование знаний – охватывает консультирование, трансфер знаний через консультации студентов, общественно финансируемые проекты для обмена знаниями, поддержку общественного диалога и работу со СМИ. Участие в третьей группе («Services») предполагает доступность университетских сервисов, оказание экспертных услуг, работу на пользу региона. В чет-

вертой группе («Teaching») в качестве сфер деятельности рассматривается проведение общественных лекций, семинаров, повышение квалификации, а также продолженное обучение и обучение в течение всей жизни [11]. Филипп Ларедо выделяет восемь параметров миссии. Наряду с участием университета в культурной, общественной и политической жизни общества, акцент делается на передаче знаний через объекты интеллектуальной собственности, патентную деятельность, создание предпринимательских структур, контракты с промышленными предприятиями и, конечно, человеческие ресурсы, где воплощенные знания передаются выпускникам [12]. Согласно теории М. Мархла и А. Паусиста, «третья миссия» включает три основополагающих компонента: социальный, предпринимательский и инновационный. Социальный компонент не связан с извлечением экономической выгоды, т.е. оказание услуг происходит на добровольной основе. Предпринимательский компонент предполагает извлечение прибыли в качестве дополнительного источника финансирования университета. Примерами предпринимательской деятельности могут быть как коммерциализация интеллектуальной собственности, так и реализация платных образовательных программ или предоставление в аренду своих корпусов, библиотек, лабораторий. Примерами инновационной составляющей могут быть внедрение патентов, консультирование, создание сетей с региональными предпринимателями и др. [10].

Важно подчеркнуть, что «третья миссия» является глобальным явлением с локальными характеристиками: «Каждая страна действует в рамках контекста. Глобальной практики осуществления «третьей миссии» не существует. Каждая страна – и каждый университет – ищет свое собственное решение» [7, с. 18]. Это означает, что глобально действующего определения для «третьей миссии» не существует, оно адаптируется к региональным условиям. Контекст определяется многими факторами, к

которым относятся: разный уровень развития высшего образования и страны в целом, социальная политика государства, степень участия государства в управлении университетом, объем финансирования и многие другие. Во многих странах «третья миссия» уже нашла отражение на законодательном уровне. В Латвии, например, помимо исследований и учебного процесса, провозглашается «вклад вузов в экономическое развитие страны; сотрудничество с предпринимателями, работодателями и другими социальными партнерами; коммерциализация результатов научных исследований; передача технологий; предоставление услуг, направленных на удовлетворение потребностей общества; популяризация науки» [13, с. 133]. В некоторых скандинавских странах «третья роль» вузов, их «социальная миссия» также законодательно закреплены.

В России термин и понятие «третьей миссии» пока не нашли своего места в политическом и правовом дискурсе, хотя научные исследования уже ведутся. Анализ отечественной литературы позволяет определить следующие тематические направления данных исследований: развитие пред-

принимательского университета¹; осмысление феномена «третьей миссии» университета²; роль «третьей миссии» университета в региональном развитии³.

Следует учитывать тот факт, что управление процессами формирования «третьей миссии» должно быть увязано не только с общими тенденциями развития высшей школы, но и со спецификой собственной культуры, так как навязываемые, не адаптированные к условиям среды модели развития чаще всего приводят к результатам, далеким от ожидаемых. Так, в процессе модернизации российской высшей школы был предпринят ряд решительных шагов по коммерциализации университетов, что связано прежде всего с введением и расширением платных образовательных услуг. Как результат – в системе высшего образования России не уделяется достаточного внимания взаимосвязи образовательного процесса с общественно полезной деятельностью молодежи. Не способствует социальной вовлеченности студентов и организация практик в процессе обучения. В целом в условиях сокращения государственного финансирования, коммерциализации образовательных услуг и незрелости предпри-

¹ Кобзева А.В. Предпринимательский университет: как университету встроиться в экономику в новом десятилетии. URL: innclub.info/wp-content/uploads/2011/05/кобзева_56_об_00_ИТР.doc

² Повзун В.Д. Миссия университета – история и современность // Вестник ОГУ. 2005. № 1. С. 13–21; Кислов А.Г., Шмурыгина О.В. Идея университета: ретроспектива, версии и перспективы // Образование и наука. 2012. № 8 (87). С. 96–121; Макашкин Н.П., Томилин О.Б. Миссия университета // Университетское управление: практика и анализ. 2003. № 5-6 (28). С. 9–13; Саввина О.В. Миссия университета. URL: http://e-notabene.ru/pp/article_480.html; Сазонова Ю.А. Миссия Университета как социального института в современном мире // Психология, социология и педагогика: электронный журнал. 2014. № 9. URL: <http://psychology.snauka.ru/2014/09/3562>; Колесникова Е.Ю. Идея университета и его миссия: классические и современные интерпретации // Южно-Российский форум. 2012. № 2 (5). С. 63–70; Сергеев В.А. Инновационная миссия университета. URL: np.tu-bryansk.ru/doc/any/28.doc; Гребенищикова Е.Г. «Третья миссия» университета: от «второго типа» производства знания к «тройной спирали» инноваций // Ярославский педагогический вестник. 2011. № 4. Т. I (Гуманитарные науки).

³ Койфман О.И., Ильченко А.Н. Социально-экономическая миссия университета как инновационного центра развития предпринимательства в регионе. URL: main.isuct.ru/files/dept/uiemm/1102081.doc; Чурикова Т.М. Миссия университета в решении региональных проблем. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/699/1/UM-2004-02-09.pdf>; Голубев С.В. Социально-предпринимательский вуз: возможность развития для региональных вузов. URL: www.neweurasia.ru/media/Socially_entrepreneurial_university.doc; Перфильева О.В. Университет и регион: на пути к реализации третьей функции // Вестник международных организаций. 2011. № 1 (32). С. 133–144.

нимательской активности реализация социально ориентированных проектов не является значимым видом деятельности наших университетов, что отодвигает идею осуществления гуманистической миссии университета на далёкий «второй» план [14, с. 70]. О.В. Перфильева в своем исследовании «Университет и регион: на пути к реализации третьей функции» обнаружила, что программы развития федеральных университетов не разрабатывают никаких специальных стратегий в отношении местного сообщества, а социальная функция реализуется как производная от традиционных функций. И хотя 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»), это является не столько результатом реализации университетами своей социальной функции, сколько «результатом реализации университетами таких функций, как воспитание подрастающего поколения, развитие своих образовательных услуг, включая повышение их качества, развитие научных исследований» [15, с. 139].

Отечественными учеными отмечается узкая направленность взаимодействия российских университетов с обществом. Партнерами университетов становятся в основном органы региональной власти, промышленные предприятия и бизнес-сообщество, 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» [16, с. 8].

Таким образом, модернизация высшего образования в России предполагает решение целого ряда задач для обеспечения развития общества знания, которое невозможно без производства человеческого капитала – образованных, гуманистически и социально ориентированных профессионалов. Важно зафиксировать тот факт, что на государственном уровне прямо или косвенно признается расширение основных миссий высшего образования. Сегодня жизненно необходимо формировать такую инновационную систему, в которую войдут вузы как организации, производящие знания и технологии, а также целый комплекс правовых, финансовых, социальных институтов, способных обеспечить эффективное сотрудничество научных, предпринимательских, образовательных и некоммерческих организаций во всех сферах экономики и общественной жизни. Миссия высшей школы должна быть опережающей, увеличивать масштабы общественного участия, привлекать квалифицированных специалистов и талантливую молодежь, а не просто соответствовать его (общества) текущим нуждам и запросам. Отсутствие четкого понимания и технологий реализации третьей миссии может привести к нарушению баланса между исторически сложившейся ролью университетов как источника «общественного блага» и современным состоянием и, как следствие, – к стагнации и деградации.

Литература

1. Кусаргашева А.В., Муромцева А.К., Сабитова Д.Н. Российская высшая школа на пути формирования экономики знания: глобальный аспект // Региональная экономика: теория и практика. 2013. №39 (318). С. 51–58.
2. Строгоцкая Е.В. Идея и миссия современного университета (теоретические и при-

- кладные исследования) // Вопросы образования. 2009. № 4. С. 67–81.
3. Гневашева В.А. Образование в условиях инновационной экономики: проблема определения // Знание. Понимание. Умение. 2011. №1. С. 34–39.
 4. Хагуров Т.А. Высшее образование: между служением и услугой // Высшее образование в России. 2011. № 4. С. 47–57.
 5. Сюпова М.С., Бондаренко Н.А. Образование как социально значимое благо // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ». 2015. Т. 6. № 1. С. 273–277.
 6. Покровский Н.Е. О совершенствовании преподавания теоретико-социологических дисциплин // Социологические исследования. 2005. № 10. С. 69–76.
 7. E3M-Project. (2012). Green Paper. Fostering and Measuring Third Mission in Higher Education Institutions. URL: <http://www.e3mproject.eu/docs/Green%20paper-p.pdf>
 8. Jongbloed B. (2008). Seven Indicator for mapping university-regional interactions // ENID-PRIME Indicators Conference in Oslo, 26-28 May 2008.
 9. Thorn K., Soo M. Latin American Universities and the Third Mission – Trends, Challenges and Policy Options. World Bank Policy Research Working Paper 4002, August 2006. Pp. 1–23. URL: http://siteresources.worldbank.org/EDUCATION/Resources/278200-1099079877269/547664-1099079956815/LAC_universities_wps4002.pdf
 10. Мархл М., Паусист А. Методология оценки третьей миссии университетов // Непрерывное образование: XXI век. 2013. Вып. 1. URL: <http://lll21.petrus.ru/journal/article.php?id=1949>
 11. Benneworth P., Charles D., Conway C., Younger P. Characterising modes of university engagement with wider society: A literature review and survey of best practice. Final report. 10th June 2009. Newcastle: Office of the Pro-Vice-Chancellor (Engagement), Newcastle University, UK. URL: [http://talloiresnetwork.tufts.edu/wp-content/uploads/Characterising modes of university engagement with wider society.pdf](http://talloiresnetwork.tufts.edu/wp-content/uploads/Characterising%20modes%20of%20university%20engagement%20with%20wider%20society.pdf)
 12. Laredo Ph. Main transformations, challenges and emerging patterns in Higher Education Systems // UNESCO research seminar for the Regional Scientific Committee for Europe and North America, 2007. URL: http://portal.unesco.org/education/fr/files/53913/11858787305/Towards_a_third_Mission_universities.pdf
 13. Adamsone-Fiskovica A., Kristapsons J., Tjunina E., Ulnicane I. (2009). Moving beyond teaching and research: economic and social tasks of universities in Latvia // Science and Public Policy. Vol. 36, issue 2, pp. 133–137.
 14. Зиневич О.В., Балмасова Т.А. Третья миссия и социальная вовлеченность университетов // Власть. 2015. № 6. С. 67–72.
 15. Перфильева О.В. Университет и регион: на пути к реализации третьей функции // Вестник международных организаций. 2011. № 1 (32). С. 133–144.
 16. Голубев С.В. Университет как социально ответственный партнер территории. 2011. М.: Фонд «Новая Евразия», 92 с.

Статья поступила в редакцию 13.06.16.

UNIVERSITIES' «THIRD MISSION» – A NEW VECTOR OF DEVELOPMENT?

BALMASOVA Tat'yana A. – Postgraduate of International Affairs and Regional Studies, Faculty of Humanities, Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia. E-mail: Balmassowa@mail.ru

Abstract. The article is devoted to «third mission» of universities. Having analyzed the practices of implementation of the «third mission», the author comes to a conclusion that complete copying and integrating of foreign ideas into the Russian higher education field is impossible without taking into account cultural diversity. In her research the author finds out that the change in mission of higher education, transformation of society into the «knowledge society» and market oriented modernization of domestic education reveal the necessity of seeking for an optimal way of its further development. In author's view, it is the public mission that may facilitate university, traditionally generating common benefit, to withstand the market without losing its identity and functions as a social institution.

Keywords: common benefit, universities' «third mission», «social mission»

Cite as: Balmasova, T.A. (2016). [«Third Mission» of the University – a New Vector of Development?]. *Vyshee obrazovanie v Rossii* [Higher Education in Russia]. No. 8-9 (204), pp. 48-55. (In Russ., abstract in Eng.)

References

1. Kusargasheva, L.V., Muromtseva, A.K., Sabitova, D.N. (2013). [Russian Higher School in Building a Knowledge Economy: Global Aspect]. *Regional' naya ekonomika: teoriya i praktika* [Regional Economy: Theory and Practice]. No. 39 (318), pp. 51-58.
2. Strogetskaia, E.V. (2009). [The Idea and the Mission of a Modern University]. *Voprosy obrazovaniya* [Education Issues]. No. 4, pp. 67-81 (In Russ.)
3. Gnevasheva, V.A. (2011). [Education in the Conditions of Innovative Economy: the Problem of Determination]. *Znanie. Ponimanie. Umenie* [Knowledge. Understanding. Skill]. No. 1, pp. 34-39 (In Russ., abstract in Eng.)
4. Hagurov, T.A. (2011). [Higher Education: Between Mission and Service]. *Vyshee obrazovanie v Rossii* [Higher Education in Russia]. No. 4, pp. 47-57 (In Russ., abstract in Eng.)
5. Syupova, M.S., Bondarenko, N.A. (2015). [Education as a Socially Significant Good]. *Elektronnoe nauchnoe izdanie «Uchenye zametki TOGU»* [Electronic Scientific Publication «PNU Scientists Notes»]. Vol. 6, no. 1, pp. 273-277 (In Russ.)
6. Pokrovskii, N.E. (2005). [About Improving Teaching of Theoretical and Sociological Disciplines]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. No. 10, pp. 69-76.
7. E3M-Project. (2012). Green Paper. Fostering and Measuring Third Mission in Higher Education Institutions. Available at: <http://www.e3mproject.eu/docs/Green%20paper-p.pdf>
8. Jongbloed, B. (2008). Seven Indicators for Mapping University-regional Interactions. *ENID-PRIME Indicators Conference in Oslo, 26-28 May 2008*.
9. Thorn, K., & Soo, M. (2006). Latin American Universities and the Third Mission - Trends, Challenges and Policy Options. World Bank Policy Research Working Paper 4002, S. 1-23. Available at: http://siteresources.worldbank.org/EDUCATION/Resources/278200-1099079877269/547664-1099079956815/LAC_universities_wps4002.pdf
10. Marhl, M., Pausist, A. (2013). [Third Mission Indicators for New Ranking Methodologies]. *Nepre-ryvnoe obrazovanie: XXI vek* [Lifelong Education: the XXI Century]. Issue 1. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <http://lll21.petsu.ru/journal/article.php?id=1949>
11. Bennenworth, P., Charles, D., Conway, C., & Younger, P. (2009). Characterising Modes of University Engagement with Wider Society: A literature review and survey of best practice. Final report. 10th June 2009. Newcastle: Office of the Pro-Vice-Chancellor (Engagement), Newcastle University, UK. Available at: [http://talloiresnetwork.tufts.edu/wp-content/uploads/Characterising modes of university engagement with wider society.pdf](http://talloiresnetwork.tufts.edu/wp-content/uploads/Characterising%20modes%20of%20university%20engagement%20with%20wider%20society.pdf)
12. 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*. Available at: http://portal.unesco.org/education/fr/files/53913/11858787305Towards_a_third_Mission_universities.pdf/Towards_a_third_Mission_universities.pdf
13. Adamson-Fiskovica A., Kristapsons J., Tjunina E., Ulnicane I. (2009). Moving Beyond Teaching and Research: Economic and Social Tasks of Universities in Latvia. *Science and Public Policy*. Vol. 36, issue 2, pp. 133-137.
14. Zinevich, O.V., Balmasova, T.A. (2015). [The Third Mission and Social Engagement of Universities]. *Vlast'* [Authority]. No. 6, pp. 67-72 (In Russ., abstract in Eng.)
15. Perfil'eva, O.V. (2011). [The University and the Region: on the Way to the Implementation of the Third Function]. *Vestnik mezhdunarodnykh organizatsii* [Bulletin of International Organizations]. No. 1 (32), pp. 133-144. (In Russ.)
16. Golubev, S.V. (2011). *Universitet kak social' no otvetstvennyi partner territorii* [University as a Socially Responsible Territory Partner] Moscow: Fund «Novaya Evraziya» Publ., 92 p. (In Russ.)

The paper was submitted 13.06.16.