



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



**МЕТОДИЧЕСКИЕ
РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО СОЗДАНИЮ ОТКРЫТЫХ
МОЛОДЕЖНЫХ
ПРОСТРАНСТВ
НА БАЗЕ
РОССИЙСКИХ
УНИВЕРСИТЕТОВ**

Национальный исследовательский университет
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ
РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО СОЗДАНИЮ ОТКРЫТЫХ
МОЛОДЕЖНЫХ
ПРОСТРАНСТВ
НА БАЗЕ
РОССИЙСКИХ
УНИВЕРСИТЕТОВ**



Издательский дом Высшей школы экономики
Москва, 2024

УДК 379.8
ББК 77.4
М54



<https://elibrary.ru/ltanzl>

Рецензенты:

доктор философских наук, профессор *В.С. Никольский*;
кандидат политических наук *А.А. Андрюшков*

Авторский коллектив:

Д.И. Земцов, М.П. Навдаев, Л.С. Кириенко,
В.Н. Путилова, Д.Е. Покровский

Руководитель авторского коллектива: *Д.И. Земцов*

Методические рекомендации по созданию открытых молодежных пространств на базе российских университетов / Д. И. Земцов (рук. авт. кол.), М. П. Навдаев, Л. С. Кириенко и др. ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2024. — 46 с. — 100 экз. — ISBN 978-5-7598-4141-8 (в обл.). — ISBN 978-5-7598-4207-1 (e-book).

Методические рекомендации подготовлены проектно-учебной лабораторией «Молодежная политика» совместно с Комитетом Государственной Думы по молодежной политике при поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации. Документ включает описание основных форматов и практик создания пространств на базе вузов, социального проектирования, нормативно-правового обеспечения и коммуникаций. Собранный материал может быть использован для создания и преобразования университетских площадок, расширения публичных программ вуза и реализации проектов, направленных на вовлечение широкой аудитории.

Разработанные рекомендации будут полезны специалистам по работе с молодежью, сотрудникам структурных подразделений, отвечающих за внеучебную работу, стратегическое развитие и проектную деятельность.

УДК 379.8
ББК 77.4

Опубликовано Издательским домом Высшей школы экономики
<http://id.hse.ru>

doi:10.17323/978-5-7598-4141-8

ISBN 978-5-7598-4141-8 (в обл.)
ISBN 978-5-7598-4207-1 (e-book)

© Земцов Д.И., Навдаев М.П.,
Кириенко Л.С., Путилова В.Н.,
Покровский Д.Е., 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
1. ФОРМАТЫ И ПРАКТИКИ.....	8
1.1. Вузовские пространства как культурно-досуговые площадки	8
1.2. Третьи места для школьников: образовательные возможности	10
1.3. Повышение открытости при помощи спортивной инфраструктуры университета.....	10
1.4. Учебные и исследовательские пространства — точки притяжения горожан	11
1.5. Многопрофильные центры: специфика и преимущества	13
2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА. ТРЕТЬИ МЕСТА И ВОЗМОЖНОСТИ ВУЗА.....	14
2.1. Общественный запрос и возможности вуза	14
2.2. Место общественных пространств в структуре вуза.....	15
2.3. Основные типы открытых пространств	16
2.4. Оснащение пространств	22
3. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАБОТЫ ПРОСТРАНСТВ И ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ УНИВЕРСИТЕТОВ	23
3.1. Обеспечение безопасности пространств, не включенных в реализацию образовательного процесса.....	23
3.2. Типовой порядок организации открытого события	25

3.3. Ресурсное обеспечение открытого пространства вуза	26
3.4. Опыт создания точек кипения внутри университетских пространств	27
3.5. Реализация партнерских программ	29
3.6. Опыт организации коворкингов внутри пространств университетов	29
4. СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ ТРЕТЬЕЙ МИССИИ ВУЗА	31
4.1. Проектная работа в вузах. Основные цели	31
4.2. Специфика аудиторий	31
4.3. Опыт социального проектирования в российских вузах	34
5. КОММУНИКАЦИИ	37
5.1. Сайты и лендинги	37
5.2. Разделы на сайтах вузов	37
5.3. Страницы в социальных сетях	38
5.4. Возможности городских площадок	39
5.5. Специфика информационного сопровождения проектов и пространств	39
6. ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ	40
7. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО КРИТЕРИЯМ ОЦЕНКИ ОТКРЫТОСТИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ВУЗА	42
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	43
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	44

ПРЕДИСЛОВИЕ

Вуз в традиционном понимании выступает прежде всего образовательной площадкой и пространством для работы ученых. На базе учреждений высшего образования создаются научные школы, ведутся исследования. Однако в обществе формируются новые запросы, связанные не только с обучением и возможностями для реализации научного потенциала [Mohammed, 2022].

Современные вузы — это не просто образовательные пространства, но и площадки для досуга как студентов, так и местных жителей. Ускоренная динамика общественной жизни акцентирует социальные функции университета как одного из влиятельных социальных институтов [Земцов, 2023]. Существует термин «третья миссия университета» — это тот вклад, который организации вносят в развитие общества. Первая и вторая миссия соответственно — образование и научная деятельность. При этом работы, связанные с анализом концептов университетов, определяют миссию общественного развития как исторически присущую высшим учебным заведениям.

В российских вузах уже ведется работа над реализацией третьей миссии. Существуют успешные практики создания пространств, внедрения социально ориентированных проектов и инициатив. Все это помогает университетам достигать различных целей.

Пространства, созданные образовательными организациями, встраиваются в городскую инфраструктуру и получают статус «третьих мест» среди населения. Этим термином социолог Рей Ольденбург обозначил открытые площадки для досуга и общения жителей города вне работы и дома. Взаимодействие с населением позволяет университетам достигать ряда целей.

1. *Источник дохода.* Собственный спортзал, культурные мероприятия, кружки и секции, экскурсии и т.д. — все это помогает получать дополнительные средства. Горожане покупают абонементы и билеты, чтобы воспользоваться возможностями университетов.

2. *Наработка полезных связей и партнерств.* Создание пространств и реализация проектов — проверенные способы для поиска других заинтересованных организаций. Вместе с органами власти, представителями бизнес-сообществ или некоммерческим сектором вузы могут реализовать специальные партнерские программы, работать над совместными инициативами и развивать другие форматы взаимодействия. Кроме того, среди организаций могут быть потенциальные работодатели.

3. *Формирование бренда образовательной организации.* Имиджевый фактор важен для многих вузов. Благодаря работе в направлении третьей миссии университет закрепляет свои позиции в пределах города или региона, формирует новые стойкие ассоциации и влияет на общественное мнение.

4. *Повышение лояльности.* Эта цель тесно связана с предшествующим пунктом. Качественный и узнаваемый бренд влияет на отношение местных жителей и потенциальных абитуриентов. Чем более актуальные и полезные инициативы воплощает вуз, тем выше лояльность к нему.

5. *Профориентационная работа.* Деятельность университетов предполагает привлечение потенциальных будущих студентов. Для этого вузы работают со школьниками, помогают им найти интересную профессию и предлагают свои возможности. Профориентация может проходить на базе специально созданных пространств — тематических центров, а также при реализации соответствующих проектов.

6. *Просветительская деятельность.* Запрос на образовательные форматы есть не только у студентов. Просветительские мероприятия знакомят местных жителей с деятелями науки, преподавателями университетов. А еще это хороший способ популяризовать программы ДПО, реализуемые в вузе.

7. *Пропаганда здорового образа жизни.* Это важное направление не только в работе конкретного университета, но и в социальной политике в целом. Внимание к актуальным вопросам влияет на отношение к вузу и его узнаваемость, а проведение тематических мероприятий помогает охватить широкую аудиторию, в том числе различные категории местных жителей.

8. *Формирование активных сообществ.* Проекты и пространства позволяют объединять заинтересованных студентов, сотрудников, преподавателей и партнеров.

9. *Развитие добровольчества.* Это еще одно важное направление социальной работы университетов. На базе вузов действуют добровольческие отряды, создаются профильные центры и целые кластеры. При этом работа может охватывать не только студентов, но и всех неравнодушных людей.

Поскольку университеты интегрируются в городскую среду и зачастую обладают хорошей материальной базой, работа в каждом из направлений включает проведение тематических мероприятий. События могут быть как внутренними, рассчитанными только на студенческую среду, так и открытыми, с участием представителей других вузов, партнеров и жителей города или региона.

1. ФОРМАТЫ И ПРАКТИКИ

Перечень форматов и практик был составлен на основе данных исследования, проведенного в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ). Онлайн-опрос проходил в феврале-марте 2024 г. и охватил 290 образовательных учреждений высшего образования из всех федеральных округов.

Исследование показало, что третьи места на базе вузов могут быть разными — от скверов для прогулок до собственных кинотеатров и баз отдыха. В числе существующих практик можно найти как уникальные, так и типовые форматы.

Наиболее распространенные направления — спорт, проведение культурных мероприятий, создание молодежных центров и некоторые другие. Ниже представлены основные типы:

- спортивные пространства;
- центры юридической помощи;
- пространства для проведения культурных мероприятий;
- музеи на базе университетов;
- оздоровительные лагеря и базы отдыха;
- коворкинги и молодежные центры;
- точки кипения;
- ботанические сады и парки.

Некоторые вузы становятся новаторами и открывают уникальные пространства. Их опыт — форматы работы, мероприятия, способы привлечения аудитории — может стать примером при реализации аналогичных проектов. При этом успешные практики можно найти не только среди столичных вузов, но и в регионах.

1.1. Вузовские пространства как культурно-досуговые площадки

Кампус Ульяновского государственного университета стал не просто местом учебы для студентов, но и точкой притяжения для

жителей Ульяновска. На базе вуза открыто сразу несколько пространств. Все они расположены в жилом микрорайоне «Набережная реки Свияга», а посетителем может стать любой желающий.

Центр творчества «Арт-хаус» представляет собой креативное пространство, где есть гончарная мастерская, художественная студия, конференц-зал, коворкинг-зона, танцевальный класс.

Открытое пространство «Амфитеатр» включает в себя комфортную сцену и зрительские места на 250 человек. Может использоваться жителями города Ульяновска и Ульяновской области в любое время безвозмездно; по заявкам организаторов университет обеспечивает мероприятие звуковой аппаратурой.

Уличный кинотеатр «Под углом» — это зрительный зал под крышей на свежем воздухе на 60 человек, проектор и экран. С мая по октябрь включительно ульяновцы каждый вечер могут посетить показы художественных и мультипликационных фильмов производства СССР и России.

Техническое оснащение и инфраструктурные возможности вузов позволяют развивать сотрудничество с органами власти, местными предприятиями и НКО и предоставлять свои пространства для проведения мероприятий. В Дагестанском государственном университете народного хозяйства для этих целей оборудовали сразу несколько площадок. Здесь проходят не только вузовские события, но и более масштабные мероприятия. Благодаря известности в пределах региона пространства часто бронируют местные министерства.

Площадки подходят для проведения совещаний, концертов, выступлений артистов театра и обладают большой вместимостью. Гранд-холл рассчитан на 350 человек, в конференц-зале 250 посадочных мест, в конгресс-холле — 100. Все помещения оснащены проекторами, микрофонами, креслами.

Вуз может не только предоставлять площадки для проведения различных культурных событий, но и выступать их организатором. Так, в Ковровской государственной технологической академии имени В.А. Дегтярева организовали собственное культурное пространство с выставочными залами. Здесь регулярно размещают произведения деятелей искусств Владимирской области — местных фотографов и художников.

Два оборудованных выставочных зала обновляются от четырех до шести раз в год. На мероприятия приглашают жителей города. Анонсы публикуются на официальных площадках вуза.

1.2. Третьи места для школьников: образовательные возможности

Вузовские пространства могут быть ориентированы как на близкую к студентам аудиторию (обучающиеся других университетов, городская молодежь, недавние выпускники, молодые специалисты и т.д.), так и на другие категории граждан. Особенно удачным вариантом будет работа со школьниками, поскольку это будущие абитуриенты, заинтересованные в новых возможностях для реализации своего потенциала в различных сферах.

Пример такого пространства — ключевой центр дополнительного образования детей «Дом научной коллаборации имени М.П. Хабаева», созданный на базе Бурятского государственного университета имени Доржи Банзарова в рамках Федерального проекта «Успех каждого ребенка» Национального проекта «Образование».

Основная цель центра — это формирование нового типа мышления обучающихся, разделяющих ценность саморазвития и осознанного подхода к образованию. Благодаря работе на базе вуза дети не только умеют получать информацию и оперировать ею, но и знают способы ее нахождения.

Пространство открывает новые возможности как самим школьникам, так и их наставникам. Педагоги могут пройти повышение квалификации.

У центра есть собственный сайт, где можно ознакомиться с расписанием, узнать об актуальных новостях и заполнить форму регистрации. Здесь же размещена информация о доступных программах и специалистах, работающих в организации.

1.3. Повышение открытости при помощи спортивной инфраструктуры университета

Один из самых доступных способов вовлечь городскую аудиторию — открыть доступ к спортивной инфраструктуре вуза. Это

может быть как простое посещение объектов по согласованию с ответственными лицами и предварительной записью, так и полноценная система абонементов с программами лояльности [Виноградова, 2023]. По такому принципу работает спортивный клуб «Грифон», действующий на базе Санкт-Петербургского государственного экономического университета (СПбГЭУ). Приобрести абонемент может любой желающий.

Вуз обеспечивает все условия для полноценных занятий спортом: плавательный и малый бассейны, группы для детей и юниоров, аквафитнес, зал единоборств, тренажерный зал, зал настольного тенниса, большой игровой зал.

В клубе действуют льготные абонементы для студентов, аспирантов и сотрудников СПбГЭУ, а также для льготных категорий граждан (студенты государственных вузов Санкт-Петербурга, пенсионеры и ветераны труда РФ).

1.4. Учебные и исследовательские пространства — точки притяжения горожан

В вузах зачастую действуют тематические образовательные пространства и структурные подразделения, которые используют преподаватели и студенты. Это музеи, специально оборудованные лаборатории, ботанические сады. Часть из этих пространств можно сделать открытыми для широкой аудитории.

Учебно-научный центр «Ботанический сад» в Саратовском национальном исследовательском государственном университете имени Н.Г. Чернышевского совмещает возможности для научной работы и досуга жителей. Это пространство, организованное для создания и сохранения коллекций и экспозиций живых растений.

Посетители могут познакомиться с фондом сада, а параллельно с этим проводятся научно-исследовательские работы в области интродукции и акклиматизации, охраны и рационального использования растительного мира. На базе центра ученые выполняют исследования по приоритетным направлениям общей ботаники, генетики и физиологии растений, разрабатывают рекомендации по растениеводству.

У Воронежского государственного университета есть собственный природный заповедник «Галичья Гора». Это единственная в мире подобная территория, принадлежащая вузу. Заповедник находится в Липецкой области и открыт для посетителей.

Здесь расположены многие ценные природные объекты. Структура заповедника включает не только территории с живописными ландшафтами, но и музей, лаборатории, живые коллекции редких видов растений и птиц.

«Галичья Гора» — это природоохранная, научно-исследовательская и эколого-просветительская организация. Специалисты в заповеднике работают над тремя ключевыми задачами, связанными между собой: сохранением природных комплексов, их научным изучением и пропагандой идей охраны природы.

Музеи тоже могут одновременно выполнять функцию третьего места для местных жителей и выступать площадкой для исследовательской работы. На базе Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета (СПбГЭТУ) «ЛЭТИ» открыт Мемориальный музей А.С. Попова. Это музейный комплекс, в состав которого входят несколько объектов:

- мемориальный музей-лаборатория А.С. Попова;
- мемориальный музей-квартира А.С. Попова;
- коллективная любительская радиостанция Мемориального музея А.С. Попова /позывной РК1В/;
- музей истории СПбГЭТУ «ЛЭТИ».

Вузовский музей не только является пространством для культурного досуга, но и обеспечивает научно-исследовательскую, просветительскую и образовательную деятельность по темам становления и развития первого в России электротехнического института, истории электротехнической науки и ее основных направлений, научно-педагогических школ, а также деятельности ученых, работавших в ЛЭТИ в разные годы.

На сайте вуза есть отдельный раздел, посвященный музею. С его помощью все желающие могут узнать о запланированных мероприятиях и актуальных выставках, посмотреть фотографии экспозиций и получить информацию о ЛЭТИ и известных деятелях, связанных с ним.

1.5. Многопрофильные центры: специфика и преимущества

Помимо профильных пространств в вузах могут возникать целые креативные кластеры, объединяющие несколько направлений. Спектр возможностей у таких подразделений шире. Они являются и площадкой базирования студенческих организаций, и пространством для проведения мероприятий, и коворкингом.

Креативное молодежное пространство «Молодежь ТУСУР» общей площадью более 1200 кв. м создано в Томском государственном университете систем управления и радиоэлектроники. На площадке расположены коворкинги, пространства для проектной работы и творчества, медиацентр и психологическая служба. Здесь же реализуется модель открытого университета для студентов Большого университета Томска в формате 24/7.

Креативное молодежное пространство «Молодежь ТУСУР» — площадка для организации мероприятий окружного и федерального уровня совместно с крупными партнерами: Росмолодежью, платформой «Россия — страна возможностей», Российским обществом «Знание», Роспатриотцентром.

Современные пространства выполняют функцию точек притяжения для обучающихся Большого университета Томска. Молодые люди могут принять участие в активностях или самостоятельно организовать различные события: от проектных сессий и конференций до театральных постановок и записи подкастов.

Работа пространства освещается в тематическом сообществе во «ВКонтакте». Для удобства публикации разделены по рубрикам. Важные посты и анонсы мероприятий помечены специальными хэштегами. Группа также является площадкой для практики молодых людей из студенческого медиацентра.

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА. ТРЕТЬИ МЕСТА И ВОЗМОЖНОСТИ ВУЗА

Третья миссия вуза охватывает различные целевые группы. Рассмотрим существующие запросы, способы организации работы и специфику третьих мест.

2.1. Общественный запрос и возможности вуза

Российская молодежь демонстрирует запросы на создание креативных пространств в городах. В 2022 г. социологи Центра молодежных исследований провели работу по изучению креативных пространств как третьих мест в России. Выяснилось, что развитие площадок такого типа идет неравномерно. Если в Москве и Санкт-Петербурге молодежи доступно большое число креативных кластеров, то в регионах их или мало, или вовсе нет [Кузинер, 2022].

При этом сами местные жители отмечают, что им хотелось бы посещать в своих городах пространства для общения, совместной работы и культурного досуга. Существующие кластеры, как правило, расположены в центральных частях населенных пунктов. Несмотря на хорошую транспортную доступность, это не всегда удобно. Согласно результатам исследования, респонденты хотели бы видеть креативные пространства во всех районах города.

В некоторых случаях проблемой становится коммерческая составляющая. К примеру, за посещение коворкинга могут взимать плату. Возникает запрос на доступные места.

В небольших городах пространства появляются усилиями отдельных групп энтузиастов, разделяющих общие ценности. Объединение происходит на основе региональной и национальной идентичности, принадлежности к одной социальной группе и т.д.

Вузы могут включиться в работу по созданию креативных, досуговых и культурных пространств. Для этого не всегда нужно начинать масштабную стройку или создавать концепцию с нуля. Как показал опрос вузов, проведенный НИУ ВШЭ, в некоторых университетах уже есть практики успешной работы с молодежью и профильные подразделения. Это студенческие центры, клубы, помещения для проведения мероприятий. Однако не все учреждения открывают доступ к пространствам для жителей города.

2.2. Место общественных пространств в структуре вуза

Общественные пространства являются структурными подразделениями вуза. Они могут быть задействованы в организации образовательного процесса (например, занятия студентов включают посещение университетских музеев, ботанического сада или коворкинга с мультимедийной техникой), а могут выступать исключительно в качестве площадок для проведения мероприятий и организации досуга обучающихся и местных жителей.

За обеспечение работы пространств отвечают профильные административные отделы или управления. Как правило, это подразделения, занимающиеся реализацией молодежной политики, воспитательной работой и связями с общественностью. Пространства с большей степенью самостоятельности обладают собственным штатом, руководством и даже внутренней структурой.

В некоторых случаях площадки закреплены за студенческими объединениями. Например, на базе общественных пространств могут создаваться зоны для работы вузовских медиа, добровольческих отрядов и центров, представителей студенческого самоуправления.

Кроме того, через создание тематических кластеров вуз может развивать взаимодействие с другими университетами и работодателями. Например, организовать центр, объединяющий волонтерские отряды региона, или открыть ИТ-коворкинг совместно с местными профильными организациями. В таком случае пространство будет выступать частью реализации партнерской программы.

2.3. Основные типы открытых пространств

В разделе «Форматы и практики» мы выделили ряд типовых третьих мест, созданных на базе вузов. Охарактеризуем каждое из них подробнее.

Спортивные пространства

Многие российские вузы обладают собственной развитой спортивной инфраструктурой, которая может включать бассейны, тренажерные и игровые залы, стадионы, ледовые арены, площадки для воркаута и другие объекты. На базе организаций высшего образования действуют тематические клубы и секции — от легкой атлетики и командных игр до шахмат и конного спорта.

Зачастую вузы позволяют горожанам пользоваться своими объектами и присоединяться к секциям. Информация о наборе в группы, приобретении абонементов, правилах и графике работы объектов публикуется в сообществах спортклубов или отдельных заведений (бассейнов, игровых и тренажерных залов, ледовых катков и т.д.).

Примеры

1. Физкультурно-оздоровительный комплекс и конноспортивный центр в Государственном аграрном университете Северного Зауралья. Материально-техническое обеспечение позволяет не только организовывать учебные занятия на высоком уровне, но и проводить всероссийские соревнования. Спортивные объекты также открыты для местных жителей, желающих повысить свое мастерство или приобщиться к здоровому образу жизни.

2. Стадион и баскетбольные площадки Донецкого государственного медицинского университета имени М. Горького. В вузе развита спортивная инфраструктура, благодаря чему занятия доступны в том числе представителям специальной медицинской группы, нуждающимся в реабилитации.

3. Бассейн «Буревестник» Ульяновского государственного педагогического университета имени И.Н. Ульянова. На площадке проходят занятия различных секций, есть группы для взрослых и детей.

Центры юридической помощи

Обычно подобные пространства называют юридическими клиниками. Это центры, оказывающие правовую помощь жителям города или региона.

Население узнает о работе таких подразделений через онлайн-площадки, чаще всего в формате сообществ в социальных сетях. Для записи создаются специальные формы и сайты с информацией о доступных услугах.

В России юридические клиники открыты на базе ряда вузов.

1. Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова. Студенты не только оказывают помощь населению, но и участвуют в профильных мероприятиях: проводят тренинги, развивают компетенции, обмениваются опытом с представителями других вузов. Пространство также выступает площадкой для стажировок.

2. Курганский государственный университет. Студенты практикуются в оказании юридических услуг. Например, в их задачи входит написание жалоб и обращений, подготовка исковых заявлений. Работу начинающих юристов курирует опытный заведующий.

3. Комсомольский-на-Амуре государственный университет. Юридическая клиника сотрудничает с властями региона, а также с городской прокуратурой и УМВД России по г. Комсомольску-на-Амуре. Прием посетителей ведут студенты старших курсов.

Пространства для проведения культурных мероприятий

Чаще всего подобные объекты входят в структуру профильных вузов. Однако и в других университетах могут быть подходящие места — учебные театры, концертные площадки, актовые залы и т.д.

На базе таких пространств проходят не только университетские события, но и мероприятия городского, регионального или даже всероссийского уровня.

У подведомственных вузу культурных площадок могут быть собственные сайты, страницы на университетских сайтах или соц-сети. С их помощью можно узнать о графике работы, связаться с

ответственными сотрудниками и забронировать пространство для проведения мероприятий.

Примеры

1. Культурно-досуговый центр Вологодской государственной молочнохозяйственной академии имени Н.В. Верещагина. Пространство совмещает функции студенческого пространства и открытой точки для проведения мероприятий. В культурно-досуговом центре также регулярно проходят мастер-классы.

2. Концертные залы Санкт-Петербургской государственной консерватории имени Н.А. Римского-Корсакова. На базе пространств регулярно проходят выступления студентов и преподавателей, посетить которые могут все желающие. Действует программа семейных и тематических абонементов.

3. Дворец культуры и техники (ДКиТ) Московского авиационного института. Место с богатой историей и множеством возможностей для творческой реализации студентов. Сейчас на базе ДКиТ проходят как вузовские, так и коммерческие мероприятия.

Музеи на базе университетов

Это достаточно распространенная в российских вузах практика. В одних организациях стремятся увековечить локальную историю, в других создают краеведческие экспозиции, а где-то появляются целые музейные комплексы.

Такие пространства могут становиться площадкой для выставок. Кроме того, они выполняют функцию культурного учреждения. Местные жители приходят, чтобы посмотреть на экспонаты, посетить экскурсии или пообщаться с известными деятелями науки и искусства.

Анонсы мероприятий и информирование о работе учреждений происходит с помощью различных инструментов: ведения сообществ в социальных сетях, размещения информации на официальных площадках вузов, в городских СМИ и медиа.

Плюсом для таких пространств будет сотрудничество с агрегаторами по продаже билетов и участие в различных программах лояльности. Самый яркий пример — «Пушкинская карта», позволяющая молодым людям 14–22 лет посещать мероприятия за счет специально выделенных на эти цели средств.

Примеры

1. Музей архитектуры и дизайна Уральского государственного архитектурно-художественного университета имени Н.С. Алфёрова. На базе пространства регулярно проходят различные профильные выставки. Посетителям также доступны экскурсии.

2. Музейно-выставочный комплекс Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина. Подразделение работает как публичное пространство для студентов, жителей и гостей региона. Музейно-выставочный комплекс реализует ряд проектов, в том числе партнерских. Посетить экскурсии и познакомиться с экспозициями можно по «Пушкинской карте».

3. Музей финансов на базе Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Подразделение начало работу еще в прошлом веке. Сейчас в музее представлено несколько коллекций и тематических экспозиций.

Оздоровительные лагеря и базы отдыха

У некоторых вузов есть собственные летние базы, где проводятся смены для студентов или школьников, а также оздоровительные учреждения санаторного типа. Такие пространства могут выполнять несколько функций: дети знакомятся с университетом и его возможностями, студенты пробуют себя в качестве вожатых или получают поощрения за достижения в виде поездки в живописный университетский уголок, преподаватели участвуют в разработке и реализации программ.

Зачастую отдыхающими могут стать не только обучающиеся и сотрудники вуза, но и все желающие. При этом туристическое направление работы выступает в качестве дополнительного источника финансирования.

Поскольку подобные пространства ориентированы на внешнюю аудиторию, у них чаще есть собственные сайты с формами бронирования, анонсами мероприятий и контактами.

Примеры

1. Спортивно-оздоровительный лагерь «Жемчужина» Приморского государственного аграрно-технологического университета. Пространство для отдыха доступно студентам, сотрудникам и всем

желающим. Можно приезжать посуточно или стать участником одной из смен.

2. Спортивно-оздоровительный лагерь «Шарап» Сибирского государственного университета телекоммуникаций и информатики. Это излюбленное место отдыха пенсионеров и грибников. Лагерь расположен на берегу водохранилища, поэтому занятия по душе найдут любители рыбалки, плавания и водных видов спорта.

3. Санаторий-профилакторий Калмыцкого государственного университета имени Б.Б. Городовикова. Подразделение предлагает медицинские услуги и культурно-развлекательный досуг. Поехать по путевке в санаторий-профилакторий могут все желающие.

Коворкинги и молодежные центры

Это пространства, которые дают студентам и заинтересованным жителям возможности для самостоятельной или командной работы, а также профильной деятельности — проектной, волонтерской, исследовательской и т.д.

Молодежные центры становятся точкой притяжения для представителей студенческих объединений. Кроме того, некоторым движениям необходим собственный штаб, в роли которого зачастую выступают пространства этого типа.

Несмотря на роль третьего места, молодежные пространства, как правило, тесно связаны с брендом вуза и его структурой. Поэтому чаще всего им отводят раздел на официальном сайте, в качестве дополнительных площадок для информирования могут выступать социальные сети.

Примеры

1. Молодежный центр «Пирамида» Магнитогорского государственного технического университета имени Г.И. Носова. Довольно молодое место, которое только начинает свое развитие. В разработке концепции участвовали студенты, а городские власти уже рассчитывают, что пространство станет точкой притяжения не только обучающихся вуза, но и школьников.

2. Центр проектной деятельности молодежи «Башня Политех» Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого (СПбПУ). Пространство открывает возможности для ре-

ализации проектов. На площадке можно провести собственное мероприятие или посетить запланированное событие. Кроме того, «Башня Политех» организует грантовые конкурсы, профильные курсы и программы.

3. Молодежный центр Морского государственного университета имени адм. Г.И. Невельского. На базе пространства действуют несколько творческих студенческих объединений. Молодые люди участвуют в организации и проведении мероприятий.

Ботанические сады и парки

Зеленые уголки с приятным благоустройством или редкими растениями часто становятся излюбленными местами отдыха горожан. А для вузов это настоящие живые лаборатории, где проходят исследования и эксперименты.

В ботанических садах можно организовывать экскурсии, познавательные и профориентационные мероприятия и другие активности.

Как и у любых других объектов, принадлежащих вузу, у дендропарков могут быть собственные страницы в социальных сетях или на сайте. Кроме того, это общественные пространства, входящие в городскую инфраструктуру. Поэтому стоит уделить внимание интеграции в онлайн-карты, где можно размещать информацию о ботаническом саде, график его работы и фотографии. Такие сервисы также выполняют функцию обратной связи, поскольку пользователи оставляют свои отзывы и делятся собственными снимками.

Примеры

1. Дендропарк Орловского государственного аграрного университета имени Н.В. Парахина. Это визитная карточка вуза. В парке любят прогуливаться местные жители, многие отмечают старания сотрудников университета.

2. Ботанический сад Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского. Пространство выполняет функции не только учебной лаборатории, но и выставочной площадки.

3. Ботанический сад Дагестанского государственного университета. На базе пространства ведется работа по сохранению мест-

ной растительности. Студенты выполняют научные исследования, проходят практику.

2.4. Оснащение пространств

При создании молодежного пространства необходимо учитывать его специфику. От этого зависят выбор оборудования, дизайн-концепция и зонирование.

Пространства должны быть оснащены всей необходимой техникой. Важно, чтобы при создании места были предусмотрены:

- система видеоконференцсвязи;
- оборудование для онлайн-трансляций;
- звуковое оборудование;
- фото- и видеоаппаратура;
- мебель.

Преимуществом пространства является возможность его трансформации. Следует использовать мобильную мебель, позволяющую превратить лекторий в зал проектной командной работы или площадку для небольшого концерта. Цветовые решения должны соответствовать фирменному стилю (или обоснованно от него отличаться), а само пространство — выглядеть современно.

Необходимо продумать инженерные коммуникации: наличие и доступность санузлов в корпусе, электрику — освещение, выходы под приборы, розетки в зонах самостоятельной работы.

Кроме того, важно учесть направленность пространства. Если предполагается проведение мероприятий, стоит обеспечить не только хороший звук, но и качественное световое оборудование.

3. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАБОТЫ ПРОСТРАНСТВ И ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ УНИВЕРСИТЕТОВ

Работа пространств и проведение мероприятий в вузах предполагает следование федеральным и локальным нормативно-правовым актам. Важно грамотно продумать правовую сторону, чтобы обеспечить соблюдение требований безопасности и слаженное функционирование всех университетских подразделений.

3.1. Обеспечение безопасности пространств, не включенных в реализацию образовательного процесса

В своей деятельности руководство вуза следует приказам и иным нормативным актам учредителя вуза, рекомендательным письмам курирующего министерства, а также федеральному законодательству.

Нормативные документы при организации работы по обеспечению безопасности в вузах:

- Федеральный закон от 28.12.2010 № 390-ФЗ «О безопасности»;
- Федеральный закон от 06.03.2006 № 35-ФЗ «О противодействии терроризму»;
- Указ Президента Российской Федерации от 15.02.2006 № 116 «О мерах по противодействию терроризму»;
- Концепция противодействия терроризму в Российской Федерации от 5 октября 2009 г.;
- Постановление Правительства РФ от 07.11.2019 № 1421 «Об утверждении требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий) Министерства нау-

ки и высшего образования Российской Федерации и подведомственных ему организаций, объектов (территорий), относящихся к сфере деятельности Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, формы паспорта безопасности этих объектов (территорий) и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации».

На объектах, подведомственных Министерству образования и науки Российской Федерации, действуют внутриобъектовый и пропускной режимы.

Пропускной режим подразумевает исключение возможности бесконтрольного проникновения лиц, транспортных средств, вноса/выноса материальных ценностей с объектов вуза. Он закреплен локальной инструкцией, приказом или регламентом учреждения.

Внутриобъектовый режим — порядок, обязательный к выполнению всеми сотрудниками, студентами и иными лицами, находящимися в вузе. Он может быть регламентирован правилами внутреннего распорядка, положением о внутриобъектовом режиме или иным локальным нормативным актом.

Режим доступа на объекты вуза и внутренние правила утверждает руководство университета на основании федерального законодательства, а также руководствуясь спецификой учреждения и особенностями территориального расположения.

В локальных нормативных актах вузов чаще всего фигурируют категории посетителей или сторонних лиц, получающих услуги на объектах вуза. Работники вуза могут быть уполномочены на выдачу временных пропусков.

Так, в НИУ ВШЭ для организации проведения мероприятий в режиме офлайн с массовым пребыванием людей (дни открытых дверей, приемная кампания, конференции, семинары, совещания и другое) структурным подразделением, ответственным за проведение мероприятия, инициируется приказ НИУ ВШЭ с указанием даты, места проведения мероприятия, ответственных лиц, программы проведения мероприятия. Приказ согласуют с директором по безопасности. Вход посетителей на мероприятие осуществляется по разовым спискам при предъявлении документов, удостоверяющих личность. Руководитель структурного подразделения, проводящего

мероприятие, предварительно обязан согласовать списки участников, направив служебную записку на имя руководителя администрации объекта НИУ ВШЭ, затем передать список на пост охраны.

Порядок оформления пропусков, виды, сроки их действия и категории граждан, которые могут рассчитывать на доступ в пространства, закреплен в регламенте о пропускной системе НИУ ВШЭ. Положением о внутриобъектовом и пропускном режиме установлены общие моменты, связанные с безопасностью и доступом в университет, в свою очередь регламент организации и сопровождения мероприятий в зданиях НИУ ВШЭ закрепляет порядок действий сотрудников вуза и задействованных лиц до и во время проведения событий. Также существует регламент для мероприятий в здании Культурного центра, закрепляющий порядок организации, права, обязанности и ответственность работников.

Примеры локальной документации, регламентирующей доступ на спортивные объекты вузов:

- Правила посещения объектов, входящих в состав физкультурно-спортивного центра Томского политехнического университета;
- Правила посещения спортивных объектов ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма».

Примеры локальной документации, регламентирующей доступ и организацию событий в коворкинге:

- Правила пользования коворкингом Московского государственного университета;
- Положение о молодежном коворкинг-центре Иркутского национального исследовательского технического университета.

3.2. Типовой порядок организации открытого события

1. Определить цель, аудиторию и формат мероприятия (лекция, конференция, семинар, круглый стол, коллоквиум и т.д.).
2. Составить предварительную программу с указанием спикеров, тем, тезисов.

3. Определить дату, время мероприятия, исходя из удобства участников, спикеров и доступности площадки.

4. Забронировать аудиторию (площадку) для проведения мероприятия.

5. Подготовить приказ о проведении мероприятия, согласовать с задействованными подразделениями, подписать, зарегистрировать его.

6. Создать форму регистрации участников для напоминания о событии и поддержания контакта в дальнейшем, обращая внимание на правила обработки персональных данных.

7. Создать и разместить анонс на сайте университета, в кампусе, на ресурсах подразделения или проекта, на городских ресурсах.

8. Проверить наличие необходимого технического оснащения, оформить заявку на техническую поддержку специалистов.

9. При необходимости запросить помощь волонтеров.

10. Позаботиться о брендинге площадки: запросить у ответственных подразделений ролл-апы, баннеры, создать заставки на экраны.

11. Пригласить фотографа. При необходимости организовать трансляцию события.

12. Оформить разовые пропуска для участников события, напомнить о требовании к наличию при себе документа, удостоверяющего личность. Продумать навигацию.

3.3. Ресурсное обеспечение открытого пространства вуза

Масштабное пространство не может существовать само по себе. Необходим руководитель — программный директор, а также администраторы. Если пространство включает образовательные лаборатории или другие структурные подразделения, за каждым из них следует закрепить ответственных лиц.

График работы пространства утверждается приказом. В соответствии с ним набирается штат сотрудников, определяется их расписание. Для каждого работника готовится должностная инструкция.

Для удобства работы можно создать информационную систему с формой регистрации и обработки заявок. Преимуществом будет собственный сайт пространства с информацией о доступных проектах, программах, структуре, миссии и направлениях работы, а также страницы в социальных сетях.

Агентство стратегических инициатив выделяет следующие факторы хорошего пространства в руководстве по созданию общественных пространств университетов:

- доступность и связность. Пространство должно быть доступным, заметным и целостным;
- комфорт и облик места. Общий характер пространства должен быть приятным, чтобы люди решили в нем остаться. Инфраструктура должна заботиться о человеке;
- многофункциональность. Успешные пространства предполагают разнообразные виды использования и деятельности, благодаря чему территория становится востребованной разными посетителями. Если на территории нечем заняться, она останется пустой и неиспользуемой;
- ощущение безопасности и дружелюбности. Такое место побуждает разных людей быть открытыми, создавая синергию, насыщающую жизнью общественное пространство. Если люди видят знакомых или с комфортом общаются с незнакомыми, они чувствуют привязанность к своему сообществу и выраженно испытывают «чувство места», способствующее социальной активности.

3.4. Опыт создания точек кипения внутри университетских пространств

Точки кипения — сеть пространств, объединяющих науку, образование и бизнес. Проект реализуется с 2019 г. Все точки кипения действуют по единым правилам: открытость, готовность к экспериментам, горизонтальность, развитие.

Точки кипения — пожалуй, самый популярный вид университетских пространств. Они открыты на базе многих российских вузов.

Точки кипения совмещают сразу несколько форматов. Это и коворкинги, и пространства для проведения мероприятий, и образовательные площадки.

Бронирование пространства осуществляется при помощи цифровой среды «Leader–ID». Онлайн-экосистема позволяет не просто регистрироваться для участия в мероприятиях, но и получать за это бонусы и привилегии.

Организовать активности в точке кипения могут не только представители вуза. Подобными площадками регулярно пользуются предприниматели, эксперты в различных сферах, участники общественных объединений. А благодаря включению в университетскую инфраструктуру пространства позволяют укреплять контакты с представителями бизнеса, органов власти и других организаций.

У точек кипения есть собственное пособие по открытию, где закреплены алгоритмы и этапы работы, необходимые документы и стороны с зонами ответственности. Так, создать пространство подобного плана нельзя без заключения соглашения. До открытия также создается дорожная карта, закрепляющая план развития и достижения результатов.

Одним из наиболее успешных кейсов работы точки является Центр проектной деятельности молодежи «Точка кипения — Фаб-лаб» СПбПУ. Пространство под брендом «Башня Политех» учит студентов проектной деятельности, навыки в которой позволяют ребятам реализовывать комплексные инициативы по развитию университета и региона.

Инфраструктура пространства:

- большой лекционный зал на 150 человек с мультимедийной системой;
- пять переговорных комнат на 7–20 человек;
- компьютерный класс;
- лаборатория цифрового производства, в которую входят металлообрабатывающий центр, фрезерно-гравировальный станок, лазерный станок;
- лаборатория 3D-печати;
- ремесленная мастерская;
- мастерская схемотехники.

Варианты использования пространства:

- научно-техническая и инженерная деятельность, создание прототипа проекта в лабораториях, подготовка стартапа для участия в конкурсах;
- различные форматы неформального образования: треки и интенсивы, лекции и мастер-классы от индустриальных партнеров СПбПУ (Сбер, Газпром);
- работа студенческих сообществ и объединений вуза;
- коворкинг для индивидуальной или командной работы.

Для оформления пропусков в точку кипения организаторы руководствуются локальной нормативной документацией, регламентирующей доступ на объекты университета: заблаговременно выгружают из системы регистрации списки участников мероприятия и подают на пункт охраны по установленной вузом процедуре.

3.5. Реализация партнерских программ

Вузы сотрудничают с органами власти, сектором НКО и предприятиями не только при реализации третьей миссии. Работа в этом направлении позволяет организовать практику и стажировки студентов, проводить совместные мероприятия. Задачи и зоны ответственности каждой из сторон фиксирует соглашение.

Если университет выступает организатором конкурса или проекта совместно с другими ведомствами, необходимо подготовить ряд документов. Порядок проведения отбора и регистрации и условия участия фиксируются в положении, которое размещается на сайте проекта и рассылается заинтересованным организациям.

Ответственных назначают выпуском приказа. В этом же документе обозначаются роли всех причастных структур.

3.6. Опыт организации коворкингов внутри пространств университетов

В 2019 г. Институт социально-гуманитарных наук Тюменского госуниверситета по инициативе студентов модернизировал пустующее пространство в молодежный и доступный коворкинг, где можно отдохнуть, позаниматься и провести мероприятие. Сейчас

здесь ежемесячно проходят десятки мероприятий для школьников, студентов и жителей города, большинство событий имеют статус городских и региональных, а организаторами выступают молодежные сообщества университета и города.

Инфраструктура коворкинга:

- система кондиционирования;
- проектор;
- экран 3×6 метров;
- ноутбук;
- кликер-презентер;
- веб-камера;
- микрофоны: 2 ручных радиомикрофона, 1 петличка, 1 головной микрофон, 1 микрофон для видеосвязи;
- флипчарт;
- аудиосистема с колонками и микшерным пультом;
- более 25 розеток;
- коммутатор Ethernet, высокоскоростной Wi-Fi.

В пространстве предусмотрены зоны для групповой работы, гардеробные, лифты, в том числе для маломобильных граждан, навигация для слепых и слабовидящих, пандусы, студенческая кофейня.

4. СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ ТРЕТЬЕЙ МИССИИ ВУЗА

Чтобы охватить внешнюю аудиторию, вузы прибегают к инструментам социального проектирования. Работа в этом направлении не требует создания отдельных пространств, но дает возможности для решения актуальных проблем и усиления бренда университета.

4.1. Проектная работа в вузах. Основные цели

Реализация третьей миссии университетов включает не только создание общественных пространств, но и проектную работу. Вузы предлагают социально ориентированные инициативы и вовлекают в эту деятельность жителей города, региона, федерального округа или даже страны.

Как правило, проекты рассчитаны на незащищенные слои населения. Вузы помогают пенсионерам, детям-сиротам, лицам с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), вынужденным переселенцам, военным и т.д.

Отдельное направление работы — профориентация школьников. Университеты используют для этих целей различные форматы: экскурсии, тестирования, неформальные встречи и другие.

4.2. Специфика аудитории

Социальное проектирование позволяет работать над актуальными задачами и реагировать на общественные запросы. Именно поэтому в центре внимания оказываются наиболее острые проб-

лемы, а аудитория представлена прежде всего людьми, особенно нуждающимися в поддержке.

Социальные проекты могут быть ориентированы на следующие группы населения:

- люди с ограниченными возможностями здоровья;
- пенсионеры;
- дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей;
- ветераны боевых действий;
- беженцы и вынужденные переселенцы;
- малообеспеченные семьи.

Проекты не только выполняют социальную миссию, но и открывают новые возможности для обучающихся. К примеру, в Сибирском государственном университете науки и технологий имени М.Ф. Решетнева придумали, как совместить помощь людям с ОВЗ с профессиональной практикой. Формат используют при обучении по направлению «Социальная работа».

Проект «АкваОВЗ» — это спортивная программа для людей, имеющих физические, зрительные или умственные ограничения. Занятия проходят в специально оборудованном университетском бассейне.

Среди вузовских практик достаточно часто встречаются инициативы, ориентированные на пенсионеров. Основные цели таких проектов — помочь пожилым людям адаптироваться к реалиям современной жизни, предложить интересные варианты досуга и предупредить о возможных угрозах, например телефонном мошенничестве.

Примеры

1. Турниры по шахматам для пенсионеров в клубе «Ход конем» Автомобильно-дорожного института, филиала Донецкого национального технического университета (ДонНТУ) в городе Горловка.

2. «Танцы для здоровья» — совместный проект общественной организации города Благовещенска «Ассоциация пожилых людей» и Дальневосточного государственного аграрного университета.

3. «Цифровое волонтерство» — проект Государственного гуманитарно-технологического университета, направленный на оказание реальной практической помощи в повышении цифровой грамотности среди людей пожилого возраста.

Работа со школьниками стоит особняком в ряду социальных проектов и включает несколько направлений. Это и профориентационная деятельность, и дополнительное образование, и проведение различных конкурсов, олимпиад и фестивалей. Для этого не всегда создаются отдельные пространства: мероприятия могут проходить на образовательных и культурных площадках вуза (лаборатории, лекционные аудитории, музеи).

Как правило, проекты для детской аудитории реализуют с целью повышения лояльности к вузу и привлечения абитуриентов.

Примеры

1. Курсы по робототехнике от Тверского государственного технического университета.
2. Всероссийский проект по развитию и поддержке школьных театров Театрального института имени Бориса Шуккина.
3. «Школа юного медика» Читинской государственной медицинской академии.

На базе вузов регулярно проходят культурные мероприятия, которые привлекают зрителей из числа местных жителей. Некоторые фестивали становятся традиционными и проводятся ежегодно.

Концерты чаще проходят в профильных вузах — консерваториях или институтах культуры. Они могут быть приурочены к знаковым событиям, памятным датам, важным темам.

Как и в работе культурно-досуговых пространств, в реализации таких проектов стоит учитывать возможности партнерства и интеграции в различные сервисы (агрегаторы по продаже билетов, городские афиши, программа «Пушкинская карта» и т.д.).

Примеры

1. Ежегодный Международный фестиваль детского, юношеского и студенческого творчества «Синяя птица Гжели», организованный Гжельским государственным университетом.
2. Международный открытый молодежный фестиваль телевизионных программ и фильмов «Телемания» Института кино и телевидения (ГИТР).
3. Культурные и социально-просветительские мероприятия Уральской государственной консерватории имени М.П. Мусоргского.

4.3. Опыт социального проектирования в российских вузах

Проекты российских вузов часто открывают новые возможности и форматы. Переосмысление традиционных дней открытых дверей, необычные профориентационные мероприятия, необычные волонтерские инициативы — все это уже есть в практике.

Как и при организации пространств, при разработке и реализации проектов можно ориентироваться на релевантный опыт других университетов.

День открытых дверей — формат, уже ставший традиционным. Однако знакомство с вузом можно сделать не разовым мероприятием, а долгосрочным процессом. «Университетские субботы» Мелитопольского государственного университета — это серия просветительских мероприятий. Посетители могут познакомиться со всеми специальностями вуза и получить интересующую информацию.

Программа каждого такого события включает мастер-классы, брейн-ринги, квесты, круглые столы, спортивные соревнования, выставки, экскурсии по учебным лабораториям, музыкальные конкурсы и другие активности. Все это позволяет глубоко погрузиться в жизнь вуза и узнать мельчайшие подробности, не всегда доступные на ограниченном по времени дне открытых дверей.

Еще один способ познакомить школьников с университетом — реализовать профориентационные мероприятия. При этом выгоду от подобных инициатив получает не только вуз, но и регион, поскольку подготовка кадров для различных отраслей проходит комплексно и начинается со школьной скамьи. Пример: Смена «ЮНАГРО» — совместный профориентационный проект Волгоградской региональной молодежной общественной организации «Участие» и Волгоградского государственного аграрного университета. В нем принимают участие 200 школьников в возрасте 12–17 лет из 14 муниципальных образований Волгоградской области.

Образовательная программа для участников «ЮНАГРО» разработана в Волгоградском государственном аграрном университете в рамках реализации федерального проекта «Профессионалитет».

На базе этого университета действует кластер «Сельское хозяйство». Одной из его ключевых задач является подготовка кадров для отрасли сельского хозяйства. «ЮНАГРО» — звено этой большой системной работы.

Проекты могут открывать образовательные возможности не только для школьников, но и для более широкой аудитории. Так, на базе Благовещенского государственного педагогического университета реализуется проект «Ночь в Педагогическом». Это открытое мероприятие в формате образовательного интенсива для всех желающих.

«Ночь в Педагогическом» проходит ежегодно в середине ноября с 2021 г. В пятницу вечером в вузе организуют культурные, образовательные и развлекательные площадки.

Мероприятие проходит с участием преподавателей, бизнес-партнеров и известных выпускников вуза.

Нижегородский государственный технический университет имени Р.Е. Алексеева реализует проект «Промэкскурсовод». Волонтеры проводят бесплатные экскурсии для учащихся школ, местных жителей и туристов по промышленным предприятиям и заводским музеям, а также по достопримечательностям Нижнего Новгорода.

Участники узнают, как выпускаются автомобили на легендарном автомобильном заводе России — ГАЗ, как мечта о свободных полетах под стальными крыльями становится реальностью на заводе «Сокол», как рождаются корабли на заводе «Красное Сормово». На предприятии «Водоканал» экскурсантам рассказывают о водоснабжении, а представители «Лукойла» раскрывают некоторые секреты переработки нефти.

В отличие от предыдущей практики, педагогический лекторий «РосУчитель» ориентирован уже не на широкую аудиторию, а на профессиональное сообщество. Это проект Армавирского государственного педагогического университета. К его реализации присоединились ректоры вузов России, руководители общественных организаций, учреждений культуры, победители профессиональных конкурсов, общественные деятели.

Инициатива объединила команды педагогических вузов со всей страны. Участники обсудили актуальные вопросы образова-

ния и воспитания детей. Для студентов такой формат стал не просто интересным общением, а способом самообразования под руководством опытных экспертов.

Особое внимание в России уделяется семьям. Еще до начала Года семьи велась работа по созданию новых возможностей и внедрению мер поддержки для детей и родителей. Вузы также участвовали в этом процессе.

Проект «Академия счастливой семьи» Научно-консультационного психологического центра Донбасской аграрной академии — это интерактивная площадка для развития навыков успешного взаимодействия родителей и подростков.

Специалисты помогают справиться с типичными проблемами: разладом в общении, кризисом подросткового возраста, нежеланием учиться и отсутствием интереса к другой деятельности. Родители также могут узнать, как бороться с вредными привычками ребенка, что сделать для раскрытия его потенциала.

Кроме того, проект включает профориентационное направление. Так подростку проще определиться с будущим образованием.

5. КОММУНИКАЦИИ

При организации работы общественных пространств и реализации проектов особое внимание стоит уделить коммуникациям. Для этого существует ряд форматов и инструментов.

5.1. Сайты и лендинги

Чем сильнее пространство «отдалено» от вуза, тем выше потребность в создании отдельного сайта. Это обусловлено и общественным интересом: горожане хотят быстро получить необходимую информацию и не тратить время на поиск нужной страницы среди множества ссылок на официальном сайте университета.

Наиболее яркий пример — вузовские базы отдыха. Как правило, для них создаются сайты с подробной информацией. Интерфейс включает информацию о графике работы и местоположении (с интеграцией карт), формы регистрации и бронирования, контакты, сведения об инфраструктуре и другие разделы.

Аналогичным образом можно обеспечивать информационную поддержку любых пространств, работающих по заявкам и обладающих достаточной степенью самостоятельности.

Для ограниченных во времени проектов удобно создавать лендинги. Они отличаются простотой интерфейса, предоставляют пользователям всю необходимую информацию и не требуют долгого поиска на сайте вуза.

При этом на официальных площадках можно разместить ссылку на лендинг. Так жители и студенты смогут узнать о проекте и перейти на его страницу, если заинтересуются.

5.2. Разделы на сайтах вузов

Если пространство открыто для посетителей, но структурно и имиджево тесно связано с вузом, имеет смысл создать отдельную

страницу на сайте. К примеру, так университеты рассказывают о музеях, ботанических садах и концертных площадках.

Наполнение раздела может включать следующие элементы:

- описание пространства;
- сведения о графике работы и местоположении;
- фотогалерея;
- подраздел с тематическими новостями, анонсами, объявлениями;
- форма приема заявок;
- контакты ответственных лиц.

Чтобы упростить поиск нужной страницы, ссылку на раздел можно разместить в верхней части сайта. Это может быть баннер в карусели или яркое объявление сбоку.

5.3. Страницы в социальных сетях

Это формат, удобный для продолжительной коммуникации с аудиторией, а также для оперативной обработки запросов. В сообществах пространств публикуется тематический контент: от актуальных новостей до интерактивов.

Создание страниц в социальных сетях позволяет развивать отдельные каналы коммуникации без создания сайтов и лендингов. Благодаря этому новости не теряются в общем потоке, а события получают должное освещение.

Социальные сети также дают новые возможности для продвижения. Форматы разнообразны — классическая таргетированная реклама, коллаборации с тематическими пабликами и блогерами, посевы.

Ведением социальных сетей могут заниматься как специалисты по связям с общественностью, трудоустроенные в штат вуза, так и студенты. Последнее возможно в том случае, если пространство выступает базой для молодежного медиацентра или местом практики обучающихся профильных направлений. Однако стоит учесть позиционирование, предусмотреть редполитику и продумать алгоритм согласования материалов.

Социальные проекты также нуждаются в создании отдельных страниц в социальных сетях. Это важные каналы коммуникации с участниками.

5.4. Возможности городских площадок

Поскольку университетские пространства интегрируются в городскую среду, их статус необходимо поддерживать при помощи доступных методов. Некоторые из них требуют затрат — к примеру, размещение рекламных баннеров или афиш. Но есть и более доступные варианты. Основной из них — взаимодействие с городскими СМИ и медиа.

Сотрудничество с журналистами позволит рассказывать широкой аудитории о существующих в вузе возможностях, проектах и мероприятиях. Анонсы можно размещать на цифровых площадках пространств, рассылать по пулу СМИ или готовить посты для социальных сетей.

5.5. Специфика информационного сопровождения проектов и пространств

По данным проведенного НИУ ВШЭ исследования, меньше половины опрошенных вузов используют внешние ресурсы для анонсирования возможностей. Только 43% обращаются к городским площадкам для размещения информации.

Подавляющее большинство университетов (98%) публикуют анонсы на официальных ресурсах организации, из-за чего информация теряется в общей новостной ленте вуза.

Собственные ресурсы площадок или проектов есть у 62% опрошенных организаций высшего образования.

Необходимо развивать качественную коммуникационную поддержку открытых пространств и мероприятий: активнее обращаться к возможностям городских СМИ, медиа и рекламных точек, создавать отдельные тематические страницы, лендинги, сайты и сообщества в социальных сетях.

6. ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Типовые этапы работы по созданию пространств на базе вузов:

1. Изучение общественных запросов, формирование инициативной группы. На данном этапе можно организовать исследования, ознакомиться с результатами предшествующих опросов (если они проводились ранее) и практиками, существующими в других университетах.

2. Оценка ситуации на данный момент. Необходимо понять, какая инфраструктура уже есть у вуза, какие мероприятия проходят на его базе, с кем развивается сотрудничество. Что-то из этого можно улучшить, доработать, масштабировать и сделать доступным не только студентам, но и местным жителям.

3. Разработка концепции: каким будет пространство, какие задачи оно должно решить, какое оснащение необходимо. Выбор места — оборудование подходящей площадки на базе вуза или создание новой.

4. Создание нормативно-правовой базы. Подготовка приказов, положений, регламентов. Обеспечение безопасности на территории пространства.

5. Разработка коммуникационной стратегии. Необходимо продумать форматы, выбрать площадки, предусмотреть интеграцию в существующую университетскую систему.

6. Разработка сопутствующих социальных проектов. Выбор аудитории, анализ актуальных общественных проблем.

7. Поиск партнеров и заключение соглашений: обозначение целей, формирование базы контактов, обсуждение форматов и возможностей для дальнейшего взаимодействия.

8. Информационное сопровождение работы пространств. Организация собственных ресурсов и базы участников, публикация анонсов и новостей, рассылка пресс-релизов, ве-

дение социальных сетей, размещение рекламы на городских площадках.

9. Организация мониторинга эффективности. Определение метрик, проведение опросов, корректировка работы в соответствии с выявленными запросами.

7. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО КРИТЕРИЯМ ОЦЕНКИ ОТКРЫТОСТИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ВУЗА

Ежегодная оценка степени открытости вузов будет способствовать увеличению эффективности реализации молодежной политики в учебных заведениях и разработке механизмов вовлечения молодых людей региона в реализацию своих творческих, спортивных и иных потенциалов на площадках университетов.

С учетом приведенных в пособии практик вузов пунктами ежегодного мониторинга могут стать следующие критерии.

- Наличие Точки кипения, «Добро. Центра», коворкинга и иных пространств для совместной работы жителей города.
- Наличие доступа у жителей города в музеи, ботанические сады, парки и иные культурно-досуговые пространства вуза.
- Наличие спортивных секций для жителей населённого пункта на базе спортивных сооружений вуза.
- Наличие информации об открытых пространствах и мероприятиях на сайте вуза.
- Наличие доступа к системе бронирования помещений вуза у студентов и сотрудников.
- Наличие проектов для внешней аудитории с системой регулярных мероприятий, площадкой реализации которых выступают открытые пространства.
- Количество мероприятий, проведенных внешними организациями внутри университетских пространств.
- Количество открытых событий с участием внешней аудитории за месяц (регулярность).
- Количество организаций (инициативных групп), выступивших организаторами мероприятий в открытых пространствах.
- Количество посетителей мероприятий, пространств, секций, не обучающихся и не работающих в университете.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Реализация социальной миссии — важное направление работы современных российских университетов. Все больше вузов уделяют внимание интеграции в городскую среду и взаимодействию с местными жителями.

Открытие пространств и работа над социально ориентированными проектами приносят положительный эффект. Укрепляется бренд вуза, в регионах становится больше возможностей для реализации потенциала молодежи.

Несмотря на то что в отдельных университетах третья миссия находится в зачаточном состоянии, в России уже есть примеры успешного создания общественных пространств и проектной работы. Этот опыт может служить образцом для «начинающих» вузов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Виноградова И.А., Иванова Е.В., Блинова А.О. «Третья миссия» университета: исследование потенциала университетских кампусов во взаимодействии с городскими сообществами // Социодинамика. 2023. № 2. <https://doi.org/10.25136/2409-7144.2023.2.39553>.

Земцов Д.И. «Третья миссия» университета? Модель университета как элемент проекта общественного развития // Вопросы философии. 2023. № 12. С. 65–75.

Кузинер Е.Н., Петрунина Д.С. Креативные пространства как «третьи места» в регионах России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 6. С. 333–355. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.6.2316>.

Мовчан А. «Третья миссия» через призму науки: обзор русскоязычных публикаций за период 2021–2023 гг. // Позитивные изменения. 2023. № 3 (3). С. 84–97. <https://doi.org/10.55140/2782-5817-2023-3-3-84-97>.

Открытие «Точки кипения»: методические рекомендации / под ред. Е. Трофимовой. М.: АНО «Платформа НТИ». 2019. 105 с.

Положение о внутриобъектовом и пропускном режиме на объектах Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». <https://www.hse.ru/docs/495106569.html>.

Регламент о пропускной системе Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». <https://www.hse.ru/docs/495106670.html>.

Руководство по созданию общественных пространств университетов Агентства стратегических инициатив. https://100gorodov.ru/attachments/1/df/53befa-43f9-4d41-9e92-94c320ec0bb2/rukovodstvo_site_a5.pdf.

Справочник «Точки кипения». <https://boilingpoint.rf2035.net/>.

Строгецкая Е. Идея и миссия современного университета // Вопросы образования / Educational Studies Moscow. 2010. № 4 (декабрь). С. 67–81. <https://vo.hse.ru/article/view/15107>.

Университетские кампусы и город: кооперация ради конкурентоспособности. Отчет НО Фонд «Центр стратегических разработок» (ЦСР). 2021. <https://www.csr.ru/upload/iblock/3f0/kbpm276p3tau6knlzdl3d6ozz0fve0e.pdf>.

Heijer A.C., Curvelo Magdaniel F.T.J. Campus-City Relations: Past, Present, and Future // *Geographies of the University*. 2018. Vol. 12. No. 3. P. 439.

Mohammed A.M.S., Ukai T., Hall M. Towards a sustainable campus-city relationship: A systematic review of the literature // *Regional Sustainability*. 2022. Vol. 3. No. 1. P. 53–67.

Учебное издание

**Методические рекомендации
по созданию открытых молодежных пространств
на базе российских университетов**

Зав. книжной редакцией *Елена Бережнова*

Компьютерная верстка: *Ольга Быстрова*

Дизайн обложки: *Матвей Навдаев*

Корректор *Ирина Трунова*

Все новости издательства — <http://id.hse.ru>

Подписано в печать 27.11.2024. Формат 60×88 1/16.
Гарнитура Newton. Усл. печ. л. 2,8. Уч.-изд. л. 1,8
Тираж 100 экз. Изд. № 2893. Заказ №

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20
Тел.: +7 495 772-95-90 доб. 15285

Отпечатано ООО «Фотоэксперт»
109316, Москва, Волгоградский проспект, д. 42



**МОЛОДЕЖНАЯ
ПОЛИТИКА**

Проектно-учебная
лаборатория