

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОЇ СКЛАДОВОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ



Даниленко Сергій Іванович,
доктор політичних наук, доцент

Сучасні гібридні геополітичні протистояння, особливо українсько-російське, виявили гострі проблеми не лише в матеріально-технічному забезпеченні, а й у наявності та відповідності кадрових ресурсів держави.

У статті проаналізовано стан підготовки національною вищою школою фахівців для реалізації завдань державної інформаційної політики, зокрема у напрямі впровадження стратегічних комунікацій в Україні, а також досвід роботи у цій галузі ВНЗ інших країн світу, де готують спеціалістів відповідного профілю. Розглянуто найбільш збалансовані освітні програми рівня «бакалавр» та «магістр», за якими в Україні та за кордоном готують фахівців зі стратегічних комунікацій. Сформульовано принципи компонування навчальних дисциплін, які дають змогу підготувати якісного фахівця для ключових сфер застосування страткомів – державні структури, корпоративний та медіасектор.

Ключові слова: сфера вищої освіти, стратегічні комунікації, Україна, Ізраїль, США, ЄС, вищий навчальний заклад, освітня програма, критичне мислення.

Danylenko Serhii

PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL COMPONENT OF SPECIALIST TRAINING IN STRATEGIC COMMUNICATIONS

Modern hybrid geopolitical confrontation, especially Ukrainian-Russian revealed urgent problems, not only in the material and technical support, but also in the availability and the appropriate staff resources of Ukraine.

In the article the status of preparation of the national high school specialists for the realization of state information policy, particularly towards the implementation of strategic communications in Ukraine, as well as experience of other countries higher educational institutions, which train specialists of this profile. Considered the most balanced educational programs of «Bachelor» and «Master» in strategic communications, which are used in Ukraine and abroad. Formulated the layout principles of disciplines that enable high-quality professional training for key applications of stratcoms – government agencies, corporate and media-sphere.

Keywords: the sphere of high education, strategic communications, Ukraine, Israel, the US, EU, high educational institution, educational program, critical thinking.

Відкрита фаза українсько-російського протистояння у політико-дипломатичній, воєнній, економічній та інформаційній сферах винятково критично порушила питання і вказала не лише на брак матеріальних, технічних, фінансових чи інших ресурсів, необхідних для успішно-

го протистояння будь-якому агресору та захисту своїх національних інтересів, але й окреслила гостроту кадрового голоду у всіх сферах функціонування держави. Це стосується як недостатньої кількості сучасних управлінців, так і пасивного (неусвідомленого) чи активного (сві-

домого) спротиву та саботажу нинішніх держслужбовців. Такий стан можна пояснити низкою чинників, серед яких і корупція, і кругова порука, і захист корпоративної єдності на шкоду суспільним інтересам, а також невідповідна якість освіти та набутих навичок.

Дуже помітним це питання стало у сфері військового будівництва, реформування спецслужб та національної поліції, де нагальність його розв'язання чітко усвідомлена вищими керівниками і відбувається за участі громадськості та у максимально публічний спосіб. Власне кажучи, зміни в українському війську, де прийнято говорити про якісно іншу армію, принципово вирізняє новий кадровий підхід, пов'язаний з людським чинником. Подібним шляхом пішли й очільники національної поліції. Натомість спроби змін у прокуратурі чи судовій системі наштовхнулися на «кадрове питання», що засвідчило про необхідність змінити підходи до підготовки кадрового резерву, формування фахівців, перш за все для державного сектору, за новими стандартами.

У сфері інформаційної політики хоча й робилися спроби змінити кадрову роботу, але якісного стрибка тут не відбулося, хоча кінетична енергія, напрацьована відповідними як урядовими, так і науково-експертними інституціями, вказує на потенціал, який необхідно використати.

Тому **метою** нашої статті є загальна оцінка стану підготовки національною вищою школою фахівців для реалізації завдань державної інформаційної політики, зокрема у напрямі впровадження стратегічних комунікацій в Україні, а також ознайомлення з досвідом роботи у цій галузі вишів інших країн світу, де готують спеціалістів відповідного профілю. У своєму дослідженні ми виходитимемо саме з позиції, що питання стратегічних комунікацій є завданням та функцією держави, отже підготовка фахівців передусім має провадитися на замовлення та для потреб державного сектору – як цивільного, так і мілітарного, силового. Тому ми опираємося на ту термінологію, яку пропонує нині чинна нормативно-правова база, а саме Воєнна доктрина, де стратегічні комунікації означені як «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави» [1].

Коротка історія питання

Підготовка фахівців з вищою освітою для професійної діяльності у сфері суспільних комунікацій, за винятком журналістики, в Україні розпочато близько двох десятиліть тому. Зокрема, в Інституті міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка на спеціальності «міжнародна інформація» в середині 90-х років фундатор вітчизняної школи комунікативістики професор Георгій Почепцов з колегами започаткував спеціалізацію «Зв'язки з громадськістю» [2]. З 2012 року різні похідні від цієї дисципліни викладаються на кафедрах «Міжнародних медіакомунікацій та комунікативних технологій» цього вишу. Згодом близькі до цієї спеціалізації дисципліни з'явилися в інших вишах, набули масового характеру. Окрема навчальна дисципліна «Стратегічні комунікації» викладається в ІМВ на магістерській програмі «Міжнародні комунікації».

В Інституті журналістики КНУ імені Тараса Шевченка з 2006 року функціонує кафедра «Реклами та зв'язків з громадськістю» [3].

Знанням осередком підготовки спеціалістів, що за своїми теоретичними знаннями та професійними навичками могли б сформувати кадрову базу для забезпечення потреб держави та суспільства у реалізації ідеї стратегічних комунікацій, є Національний університет «Кієво-Могилянська академія». На факультеті соціальних наук та соціальних технологій, де кафедра соціології функціонує з 1993 року, готують фахівців, які, «спеціалізуючись у сфері налагодження та підтримки постійних конструктивних двосторонніх зв'язків з цільовими для кожної організації групами громадськості, займаються широким колом питань стратегічного та оперативного менеджменту, що пов'язані з оптимізацією комунікативного середовища організації, забезпечення для неї позитивного публічного капіталу та високої репутації» [4].

Слід зауважити, що університети у Львові, Одесі, Хмельницькому, Луцьку, Чернівцях, Харкові та ще низці міст на базі кафедр «Міжнародна інформація» пропонують опанувати дисципліни, що дотепер складають базу підготовки фахівців з різних видів суспільних комунікацій. Скажімо, цього року в Одеському регіональному інституті державного управління, що є підрозділом

Національної академії державного управління при Президентові України, відкрито півторарічну магістерську програму «Стратегічні комунікації», що вивчається в межах напрямку «Менеджмент». Упорядники програми подають такі характеристики стратегічних комунікацій: технологія налагодження довготривалих відносин організації – державної, політичної, комерційної, громадської – із суспільством; формують привабливий імідж і репутацію організації/особистості, підвищують конкурентоспроможність та прибутковість; упорядковують управлінські процеси; забезпечують політичну, соціальну та економічну успішність; забезпечують взаємодію та вибудовування довгострокових формальних та неформальних взаємозв'язків між різними структурами; комунікації стають стратегічними, якщо розглядаються в ситуаційному контексті ділової стратегії організації.

Серед потенційних роботодавців спеціалістів зі стратегічних комунікацій автори магістерської програми називають політичні партії, органи державної та публічної влади, міждержавні організації, структури вітчизняного та іноземного бізнесу, громадські організації, наукові та освітні установи.

Підкреслюється, що комплекс предметів у межах програми є унікальним: він поєднує дисципліни зі сфери як комунікативістики (основи комунікаційного менеджменту, стратегії комунікативної поведінки, проектування комунікацій, сучасні технології і формати стратегічних комунікацій), так і маркетингу (управління проектами, проектне рішення, маркетинг проєктів, проектний аналіз тощо).

Таким чином, основу навчального плану магістерської програми складають предмети, орієнтовані на підготовку спеціалістів з комунікаційного супроводу маркетингової, а не зовнішньополітичної діяльності, що наближає розуміння упорядниками стратегічних комунікацій до їхніх російських колег [5].

У розробників освітніх програм тих вишів, де готуються потенційні ініціатори і лобісти стратегічних комунікацій, мав би бути чітко сформований «ідеальний образ», суспільне замовлення на їх виховання з відповідним поєднанням психотипічних характеристик людини саме такої професії, оптимальним набором знань та навичок, ба навіть ідейним та належним когнітивним сприйняттям світу і завдань

держави щодо її внутрішніх та зовнішніх інтересів. Принаймні, до такого ідеалу могли б прагнути на конкурентній основі ті, хто ставить перед собою за мету підготувати незначну кількість таких фахівців. Це жодним чином не має бути запереченням тому, що, скажімо, випускник механіко-математичного чи фізичного факультетів не має шансів виявити та розкрити свої здібності у справі страткому. Проте такого спільного бачення науково-викладацька спільнота досі не виробила, як, власне й поки немає спільної платформи, на кшталт громадської професійної організації, де б фахівці з комунікативістики, а саме науковці-теоретики та освітяни-предметники могли б бодай для себе сформувані такий ідеал, цільне бачення потреб. Було б корисно напрацювати систему теоретичних та практичних дисциплін для викладання та практичної підготовки фахівців зі стратегічних комунікацій. Хоча інтерес у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка є стабільним, що засвідчує проведення у квітні 2016 року Весняної Академії НАТО «Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни» за сприяння Центру інформації та документації НАТО в Україні.

Тут є певна основа, навіть у плані формування спільних термінів, оскільки було презентовано перший словник термінів стратегічних комунікацій [6, 7]. А питання корпоратизації тих, хто опікується підготовкою фахівців, розглядалося на круглому столі «Національна вища освіта в галузі комунікацій: стан та перспективи», ініційованому Міністерством інформаційної політики України [8].

Теперішній стан

Серед національних університетів різних форм власності сьогодні доволі поширена підготовка фахівців з комунікативних технологій, загалом це зв'язки з громадськістю, реклами і маркетинг (якщо не брати до уваги його бізнес-складову). До недавнього часу підготовка фахівців для сфер суспільних комунікацій відбувалася відповідно до освітніх стандартів, які передбачали певні освітньо-кваліфікаційні характеристики (ОКХ) та освітньо-професійні програми (ОПП). Після ухвалення Закону України «Про вищу освіту» (2014) та прийняття на його базі Постанови Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266, де визначено *Перелік галузей знань та*

спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти [9], із цього документа практично вилучено спеціальності, за якими можна було б готувати у національній вищій школі спеціалістів для комунікативної сфери. Слід зауважити: це не означає, що таких фахівців не готуватимуть. Виші і надалі на основі академічної автономії у межах інших галузей знань та спеціальностей (до прикладу, Об журналістика) можуть розробляти освітні програми з комунікативних напрямів. Однак, таке заниження статусу вивчення комунікативних дисциплін призводить до втрати інтересу з боку потенційних споживачів відповідних освітніх послуг, занепаду науково-теоретичних досліджень, загрожує потенційним зникненням професій, пов'язаних з комунікаціями, з Класифікатора професій, що є важливим державним документом, який формалізує роботу відділів кадрів організацій різних форм власності. Це має особливе значення для державних установ, де розвиток публічних комунікацій може набутти підпільних форм, коли люди зараховуватимуться і працюватимуть на одних посадах, а виконуватимуть інші функції. У нашому випадку ті, що пов'язані з публічними комунікаціями. Відповідно, матимемо упосліджене ставлення до розвитку комунікативних навичок державних службовців, обмежене фінансування відповідних проектів, стагнацію системи перепідготовки кадрів.

Досвід інших країн

Докладний аналіз досвіду інших країн світу засвідчив, що немає загального стандарту надання вищої освіти у сфері комунікацій. На основі університетської автономії, на базі національних наукових шкіл та потреб національних економік вищі школи мають різні підходи до підготовки таких фахівців. Скажімо, у Німеччині освітня політика проводиться на рівні федеральних земель, але найчастіше маємо: «Галузь знань – гуманітарні науки, спеціальність – медіазнавство і комунікативістика» або: «Галузь знань – правові, економічні та соціальні науки, спеціальність – комунікативістика/публіцистика»; Франція: «Група галузей: мультидисциплінарна, спеціальність – інформаційні та комунікативні науки»; у Великобританії найпоширеніше поєднання – журналістика та комунікативістика. Загалом частина університетів, це характерно як для Америки, так і для Європи,

навчають фахівців зі стратегічних комунікацій, скажімо, у трьох форматах: державного управління та безпеки, маркетингу та журналістики. Тобто, відповідно до спеціалізації вишу чи наукової школи робиться акцент на тих навчальних дисциплінах, які за природою близькі до стратегічних чи є частиною цієї діяльності. Нижче ми проаналізуємо склад освітніх програм і переконаємося, що серед науковців, експертів і освітян немає єдиного стандарту підготовки фахівців зі стратегічних комунікацій. Це загальна тенденція, оскільки досі проблематично сформулювати інтегроване та прийнятне для більшості розуміння стратегічних комунікацій як предмету та цілі діяльності.

Якщо говорити лише про освітню дисципліну, яка має таку саму назву, «Стратегічні комунікації», то доцільно перш за все проаналізувати досвід американських університетів. Покажемо є приклад **Колумбійського університету** (*Columbia University in the City of New York*), де пропонують освітню магістерську програму «Стратегічні комунікації» (*Strategic communications (Master of Science)*) [10]. Магістерська програма за напрямом «Стратегічні комунікації» розроблена як для досвідчених фахівців у сфері комунікацій, так і для тих, хто обіймає керівні посади в інших сферах, де кваліфікація у сфері комунікації є необхідною для ефективної реалізації завдань державного управління (якщо робити висновки з переліку навчальних дисциплін): «Комунікації, мистецтво переконання та цільова аудиторія» (*Communication, Persuasion, and Audience*), «Організаційні стратегії та управління» (*Organizational Strategy and Leadership*), «Написання промов» (*Strategic Storytelling*) (як поєднати стратегічне мислення із написанням промов, що можуть надихати, мотивувати та заохочувати аудиторію), «Побудова внутрішніх комунікацій/зв'язків» (*Building Internal Engagement*), «Розробка напряму стратегічних комунікацій» (*Setting Strategic Direction*), «Теорія та практика аналітичних досліджень» (*Insight Discovery*), «Побудова повідомлень та каналів комунікації» (*Creative Expression and Channel Architecture*), «Практика управління» (*The Practice of Leadership*), «Переконлива самопрезентація» (*Persuasive Presenting*). Це основні дисципліни, а ось лише деякі з факультативних, коли студент може здобути знання й отримати досвід для роботи у корпоративному секторі: «Кризові комунікації» (*Crisis Communications*), «Комунікації для суспільних змін» (*Communications for Social Change*) (як

стратегічні комунікації можуть використовуватись для соціальних трансформацій), «Історія організації/бренда» (*Master Narrative*), «Комунікації та світові бренди» (*Communication and Global Brands*), «Сила думки (воркшоп)» (*Power of Opinion*), «Бізнес у контексті глобальних викликів людства» (*Business of Issues*), «Брендинг» (*The Value of Brand: Making the Business Case*), «Візуалізація бренда» (*Visualizing Brand*), «Контент-стратегія» (*Content Strategy: Achieving Business Goals Through Content*). Як бачимо, навчання орієнтоване на потреби державного сектору, для якого визначальним є соціальне здоров'я суспільства, безпека та розуміння аудиторією основних параметрів внутрішньої та зовнішньої політики, що ці державні установи втілюють. Принципово, що програма розрахована на споживачів з досвідом роботи, тобто з усвідомленим вибором і переконанням, що комунікації є частиною державних функцій, без яких немає ефективного державного управління.

Прикметно, що у США підготовка фахівців зі стратегічних комунікацій для державного сектору поділяється на цивільний та військовий сектори, хоча їх «ідеологічна» база має схожий вигляд.

Як зазначається в довіднику зі стратегічних комунікацій та комунікативної стратегії для американських військових, навчальні програми зі стратегічних комунікацій у США охоплюють переважно вивчення інформаційних операцій та публічної політики [11]. Відзначається, що інструментарій стратегічних комунікацій не використовується і під час обговорення процесу планування спільних бойових операцій (*Joint Operation Planning Process*). Однією з проблем викладання стратегічних комунікацій є неузгодженість навчальних програм у різних військових академіях США. У довіднику також наголошується на відсутності достатньої кількості матеріалів зі стратегічних комунікацій та комунікативної стратегії для забезпечення потреб дистанційної освіти. Слід додати, що дистанційна освіта для вітчизняної вищої школи є фактично цілюною. В Україні є чимало вдалих, більшою мірою приватних спроб, наприклад *Prometheus*. Партнерами платформи масових онлайн-курсів стали Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Києво-Могилянська академія, Український католицький університет та Львівська ІТ-школа. Шевченків університет запропонував онлайн-курс «Інформаційні війни» професора М. Ожевана [12].

Повернімося до американського досвіду. Наслідком вищезазначених недоліків автори документа називають неспроможність успішного виконання військовослужбовцями, що працюють у галузях стратегічних комунікацій, поставлених перед ними завдань, а також неефективну роботу з місцевим населенням щодо роз'яснення цілей військових операцій.

Для стандартизації процесу викладання стратегічних комунікацій у Пентагоні кілька років тому було запропоновано такі заходи: створення проекту «принципів стратегічних комунікацій»; узгодження проекту цілей вивчення стратегічних комунікацій; узгодження стратегічних комунікацій в усіх програмах підготовки старшого офіцерського складу та основних навчальних програмах середньої освіти; формування освітнього консорціуму зі стратегічних комунікацій; дослідження інших освітніх ініціатив у сфері стратегічних комунікацій. Окремо підкреслюється важливість професійної підготовки спеціалістів у галузі стратегічних комунікацій для ефективної роботи з місцевим населенням. Слід зазначити, що частина із зазначених напрямів у тій чи іншій формі знайшла своє втілення. Прикладом може бути згадана вище магістерська програма у Колумбійському університеті.

Інший комплекс дисциплін, що їх пропонують західні виші для опанування мистецтвом стратегічних комунікацій, переважно орієнтований на корпоративний сектор. Для цих «замовників» приготували ось такий освітній коктейль в **Антверпенському університеті** (Бельгія) (*Universiteit Antwerpen*): в освітній програмі «Магістр комунікативних досліджень: стратегічні комунікації» (*Master of Communication Studies: Strategic Communication*) яскраво помітне поєднання маркетингу, психології, ділових комунікацій та соціальних медіа. Про це свідчить перелік обов'язкових навчальних дисциплін: «Сучасні перспективи в комунікативних дослідженнях» (*Contemporary perspectives in communication studies*), «Методологія комунікативних досліджень» (*Methods of communication research*), «Суспільні та соціально-корисні комунікації» (*Public and social profit communication*), «Прямий та e-маркетинг» (*Direct marketing and e-marketing*), «Дослідження ефективності стратегічних комунікацій» (*Effectiveness study strategic communication*), «Комунікації у сфері охорони здоров'я» (*Health Communication*), «Внутрішні комунікації» (*Internal communication*), «Реклама, спонсорство/фінансування та зв'язки з громадськістю» (*Advertising, sponsoring*

and public relations), «Психологія споживачів» (*Consumer psychology*), «Професійні комунікації» (*Professional Communication*), «Ділові комунікації» (*Business Communication*), «Цифрові комунікації» (*Digital communication*), «Проведення зустрічей та переговорів» (*Meeting and negotiating*), «Організаційна/промислова психологія» (*Organisational psychology*). Суто практичні заняття проводяться за такими предметами: «Журналістика та ЗМІ» (*Journalism and media training*), медіаменеджмент (*Mediamanagement*), «Міжособистісна комунікація» (*Interpersonal communication*), «Веб-комунікації» (*Webcommunication*), «Стратегічні комунікації» (*Strategic Communication*) [13].

Урешті третій формат підготовки фахівців у західних вишах для завдань стратегічних комунікацій «розмістився» у медійній царині. На погляд розробників таких освітніх програм, що їх пропонує **Орегонський університет** (*University of Oregon: School of journalism and communication*) (США, Юджин), студенти факультету журналістики найкраще підготовлені до вивчення програми «Магістр стратегічних комунікацій». Ось базові дисципліни: «Масові комунікації та суспільство» (*Mass Communication and Society*), «Основи стратегічних комунікацій» (*Foundations of Strategic Communication*), «Фінансування у стратегічних комунікаціях» (*Finance for Strategic Communication*), «Методи дослідження стратегічних комунікацій» (*Strategic Communication Research Methods*), «Вступ до стратегічних комунікацій» (*Introduction to Strategic Communication*), «Дослідження та планування в стратегічних комунікаціях» (*Strategic Communication Research and Planning*), «Стратегічні маркетингові комунікації» (*Strategic Marketing Communication*), «Управління проектами та планування» (*Project Management and Planning*), «Творчість у стратегічних комунікаціях» (*Creativity in Strategic Communication*), «Управління стратегічними комунікаціями» (*Strategic Communication Management*). Є низка факультативних дисциплін, пов'язаних з вивченням соціальних медіа [14].

Як бачимо, є щонайменше три близькі, однак різні підходи до професійної підготовки спеціалістів. Вище ми зауважували, що найбільш оптимальним, відповідно до сьогоденних потреб України, є стандарт підготовки, запропонований Колумбійським університетом. Він готує відкритого, публічного, орієнтованого на співпрацю з різною аудиторією на широку тематику креативного фахівця, що уміє працюва-

ти у команді і визначати суспільні пріоритети, які можуть і мають бути озвучені та «розділені» тими, до кого вони звернуті.

Університет імені Бар-Ілана (Ізраїль, Рамат-Гані), бакалаврська програма, що поєднує знання з політології та комунікативістики — *Communications with a Minor in Political Science*. Уважне ознайомлення з переліком дисциплін дає змогу зробити висновок, що вона поєднує ще й навички взаємодії з медіа та підготовки журналістських матеріалів («Практикум з журналістики та написання новин» (*News Writing & Journalism Workshop*), тобто навички з формування належного контенту. Маємо зауважити також, що політологічна складова визначається такими дисциплінами, як «Уряд в Ізраїлі» (*Government in the State of Israel*), «Політика Ізраїлю» (*Israeli Politics*), «Вступ до державного управління та державної політики» (*Introduction to Public Administration and Public Policy*), «Вступ до міжнародних відносин» (*Introduction to International Relations*), «Комунікації та врегулювання конфліктів» (*Communication and Conflict Resolution*) [15, 16].

Хоча у ізраїльських колег ми не знаходимо окремої дисципліни зі страткомів, однак тільки із цього переліку можна зробити висновок щодо загальної орієнтації навчального процесу на підготовку фахівців саме для державного сектору, які у той чи інший спосіб мають відстоювати суверенітет та незалежність держави, у тому числі військовими та політико-дипломатичними методами, поєднуючи у питаннях комунікацій політико-управлінський, комунікативний та медійний підходи. Таке поєднання має доволі привабливий для України вигляд з погляду її виживання та перспектив як незалежної держави.

Російська практика викладання дисципліни «Стратегічні комунікації» та суміжних із цим напрямом є доволі обмеженою. У **Дипломатичній академії при Міністерстві закордонних справ Російської Федерації** стратегічну комунікацію визначають як один з напрямів підготовки магістрів за спеціальністю «Світова політика і глобальний розвиток», хоча серед переліку предметів найближчими до комунікативної сфери можна вважати «Ведення інформаційно-аналітичної роботи» та «Методи поведінки в політиці, переговори та зв'язки з громадськістю» [17].

У **Московському державному інституті міжнародних відносин** введено спеціальну ма-

гістерську програму «Нові медіа і стратегічні комунікації». В анотації до програми зазначено, що «стратегічні комунікації передбачають налагодження довготривалих відносин організації – державної, політичної, громадської, комерційної – із суспільством. Також до їхніх послуг звертаються державні та громадські діячі, великі бізнесмени. Стратегічні комунікації формують привабливі імідж та репутацію організації та особистості, вибудовують відносини із суспільством та іншими організаціями, підвищують конкурентоспроможність та прибутковість, забезпечують політичну, соціальну та економічну успішність» [18]. Аспект забезпечення зовнішньої політики тут майже не розглядається. Можна стверджувати, що поняття «стратегічних комунікацій» тут зумисне підмінюють «паблік рілейшнз», на що вказує і ступінь, який присвоюється випускникам по завершенні курсу – «магістр з реклами та зв'язків з громадськістю».

Факультет журналістики Московського державного університету пропонує магістерську програму «Стратегічні комунікації» [19]. Цікавим є перелік дисциплін, що пропонуються для вивчення: «Теорія стратегічних комунікацій», «Суспільна думка в рекламі та зв'язках з громадськістю», «Типологія текстів у сфері зв'язків з громадськістю», «Комунікації у сфері бізнесу», «Інноваційні технології в рекламі» тощо. В анотації до програми вказано, що випускники курсу володітимуть системою поглиблених знань, які стосуються стратегічних комунікацій, умітимуть виконувати на високому та професійному рівні відповідні види роботи у сфері стратегічних комунікацій, пов'язані з постановкою та вирішенням завдань підвищеної складності. Зрозуміти, що мається на увазі, дає змогу перелік компетенцій, яким повинен володіти слухач програми. Наведемо лише окремі з них:

- знати комунікаційну концепцію зв'язків з громадськістю;
- уміти аналізувати внутрішньокорпоративні та міжкорпоративні відносини, формувати корпоративну культуру;
- бути здатним підготувати (створити й відредагувати) тексти різних жанрів у сфері зв'язків з громадськістю;
- володіти технологіями організації подій, технологіями зв'язків з громадськістю, роботи з різними цільовими аудиторіями;
- володіти інформацією про вітчизняні та зарубіжні наукові дослідження в цій галузі тощо.

Окрім того, простий контент-аналіз показує, що в переліку серед шести компетенцій словосполучення «зв'язки з громадськістю» зустрічається 10 разів.

Згадки про дисципліну «Стратегічні комунікації» є й у бакалаврській програмі «Реклама та зв'язки з громадськістю» **Національного дослідницького університету «Вища школа економіки»**, де вона викладається англійською мовою, однак не конкретизується її зміст [20].

Пермський національний дослідницький політехнічний університет нині також розробляє магістерську програму «Стратегічні комунікації в професійній та міжкультурній сфері», де головний акцент зроблено саме на зв'язках з громадськістю та маркетинговій діяльності [21]. Зокрема, серед переліку дисциплін програми – «Стратегічні комунікації в промисловій сфері», «Стратегічний менеджмент у створенні нематеріальних активів», «Геобрендинг», «Теоретичні й прикладні аспекти міжкультурної комунікації».

Таким чином, стратегічні комунікації як навчальна дисципліна в російських вищих навчальних закладах розглядається переважно як своєрідний варіант зв'язків з громадськістю, на що вказує і зміст навчальних програм. Коли йдеться про комплексну навчальну програму, вона є зазвичай магістерською, де не передбачено предмети, в яких визначається саме аспект стратегічних комунікацій.

Складовою своєї діяльності стратегічні комунікації розглядають і в НАТО, де створено цілий відділ з розвитку цього напрямку. У цій структурі головним завданням стратегічних комунікацій вбачають «скоординоване й доцільне використання комунікативної діяльності та комунікативних можливостей НАТО для підтримки політики, операцій та діяльності Альянсу, а також для досягнення ним своїх цілей» [22]. Розглядаються п'ять основних напрямів реалізації стратегічних комунікацій: публічна дипломатія; публічна політика; військова публічна політика; інформаційні операції; психологічні операції.

Україна прагне активно перейняти натівський досвід [23]. Про необхідність створення державної системи стратегічних комунікацій в Україні йшлося на конференції «Становлення інформаційного суспільства України: держава, суспільство, приватний сектор» 10 червня 2016 року [24], що відбулася за ініціативи Мініс-

терства інформаційної політики України. Там було презентовано схему інституційної організації цього напрямку в державній політиці країни та запропоновано етапи щодо її впровадження.

Зазначене вище вказує на необхідність підготовки спеціалістів з питань стратегічних комунікацій для держави в системі вищої освіти провідних країн світу. При цьому варто враховувати специфіку галузі, де поєднується комунікативістика, стратегічне планування і міжнародна політика, а також відсутність єдиного підходу щодо визначення стратегічних комунікацій в академічних колах.

Висновки та перспективи подальшої освітньої діяльності щодо формування ефективної системи підготовки кадрів для вирішення завдань зі стратегічних комунікацій можна окреслити таким чином, що зусилля професійних товариств, які об'єднують фахівців у сфері комунікацій, а також представників вищих навчальних закладів,

державних установ, у тому числі й центральних органів державної влади, з цього питання мають бути спрямовані передусім *на перегляд нормативних актів*, що регулюють освітній процес у вищій школі, з метою належного представлення серед переліку галузей знань та спеціальностей тих, що забезпечують розвиток сфери комунікацій.

Це дасть можливість:

- оновити та актуалізувати систему підготовки у вищій школі фахівців з питань комунікацій відповідно до запитів ринку та державного управління;
- налагодити тісний зв'язок між роботодавцем та університетами;
- підняти престиж професій у сфері комунікацій та надати їм належного суспільного визнання й фінансування;
- зміцнити репутацію комунікації як процесу, що формує державу і націю;
- посилити на державному рівні роль фахівців у сфері комунікацій.

Список використаних джерел

1. *Про рішення* Ради національної безпеки і оборони України «Про нову редакцію Воєнної доктрини України: Указ Президента України від 2 вересня 2015 року №555/2015. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>
2. *Про спеціальність* «Міжнародна інформація» (Інститут міжнародних відносин КНУ). URL: http://www.iir.edu.ua/education/international_information/about_the_department/
3. *Про кафедру* «Реклами та зв'язків з громадськістю» (Інститут журналістики КНУ). URL: <http://journ.univ.kiev.ua/tzg/kafedra/>
4. *Магістерська* програма «Менеджмент організацій і адміністрування. Менеджмент зв'язків із громадськістю (Public Relations)» (Національний університет «Кієво-Могилянська академія»). URL: <http://www.ukma.edu.ua/ects/index.php/fsnst/131-menedzhmentzgzg>.
5. *Магістерська* програма «Стратегічні комунікації» Одеського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. URL: <http://www.oridu.odessa.ua/>
6. *У Києві* презентували перший словник стратегічних комунікацій. URL: <http://www.ukrinform.ua/rubric-society/2005461-u-kiyevi-prezentuvani-persij-slovnik-strategicnih-komunikacij.html>
7. *Стратегічні комунікації*: [словник]. – К. : ФОП О.С. Ліпкан, 2016. – 400 с.
8. *Круглий стіл* на тему: «Національна вища освіта в галузі комунікацій: стан та перспективи». URL: photo.ukrinform.ua/ukr/current/photo.php?id=772337
9. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266. URL: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=248149695>
10. *About courses* of Columbia University School of Professional Studies. URL: <http://sps.columbia.edu/strategic-communications/courses#COMM-PS5245>
11. *Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy 2010* / US Joint Forces Command Joint Warfighting Center // Version 3.0, 24 June 2010. URL: http://www.dtic.mil/doctrine/doctrine/jwfc/sc_hbk10.pdf
12. *На навчальній* платформі Prometheus з'явилися курси з інтернет-медіа та інформаційних воєн. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/na_navchalniy_platformi_prometheus_zyavilisya_kursi_z_internetmedia_ta_informatsiyikh_voen/
13. *Master of Communication Studies: Strategic Communication*. URL: <https://www.uantwerpen.be/en/education/education-and-training/e-mcw-strategische/study-programme/>
14. *School of Journalism and Communications* University of Oregon. URL: <http://journalism.uoregon.edu/academics/grad/stratcomm/#1449534301311-95635e14-f950>

15. *International* B.A. Program in Communication. URL: <http://www.biuinternational.com/academics/communication/>
16. *Communications* Course. URL: <http://www.biuinternational.com/wp-content/uploads/Communications-Course-Listing-2014-15.pdf>
17. *О факультете* «Международные отношения» (Дипломатическая академия МИД России). URL: http://www.dipacademy.ru/programmes/graduate/international_relation
18. *Магистерская* программа «Новые медиа и стратегические коммуникации» (Московский государственный институт международных отношений). URL: <http://mgimo.ru/study/master/smm>
19. *Магистерская* программа «Стратегические коммуникации» (факультет журналистики Московского государственного университета). URL: <http://www.journ.msu.ru/education/graduate/programmy/magisterskaya-programma-strategicheskie-kommunikatsii.php>
20. *Бакалаврская* программа «Реклама и связи с общественностью» (Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»). URL: <https://www.hse.ru/ba/ad/keydiscipline>
21. *Стратегические* коммуникации в профессиональной и межкультурной сферах (на стадии заполнения) (Пермский национальный исследовательский политехнический университет). URL: http://pstu.ru/title1/student/plans_magistry/
22. *About Strategic* Communications / NATO StratCom website. URL: <http://www.stratcomcoe.org/about-strategic-communications>
23. *Україна* та НАТО продовжать співпрацю задля впровадження системи державних стратегічних комунікацій. URL: <http://mip.gov.ua/news/1450.html>
24. *Стець Юрій*: «Україна потребує розвитку інформаційного простору та налагодження комунікації між владою та суспільством». URL: <http://mip.gov.ua/news/1249.html>

References

1. *Ukaz* Prezidenta Ukrainy Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy «Pro novu redaktsiiu Voiennoi doktryny Ukrainy»: vid 2 veresnia 2015 roku №555/2015 [The President of Ukraine decree on the decision of The National Security and Defense Council of Ukraine “On the new edition of the Military Doctrine of Ukraine]. Retrieved from <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443> [in Ukrainian].
2. *Pro* spetsialnist «Mizhnarodna informatsiia» (Instytut mizhnarodnykh vidnosyn KNU) [About the specialty “International information”]. Retrieved from http://www.iir.edu.ua/education/international_information/about_the_department/ [in Ukrainian].
3. *Pro* kafedru «Reklamy ta zviazkiv z hromadskistiu» (Instytut zhurnalistyky KNU) [About department of “Advertising and public relations”]. Retrieved from <http://journ.univ.kiev.ua/rzg/kafedra/> [in Ukrainian].
4. *Mahisterska* prohrama «Menedzhment orhanizatsii i administruvannia. Menedzhment zviazkiv iz hromadskistiu (Public Relations)» (Natsionalnyi universytet «Kyevo-Mohylianska akademii») [Master program “Management and Administration. Management of Public Relations”]. Retrieved from <http://www.ukma.edu.ua/ects/index.php/fsnst/131-menedzhmentzgz> [in Ukrainian].
5. *Pro* mahistersku prohramu «Stratehichni komunikatsii» Odeskoho rehionalnoho instytutu derzhavnoho upravlinnia Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezidentovi Ukrainy [Master’s program “Strategic Communication” of Odessa Regional Institute for Public Administration]. Retrieved from <http://www.oridu.odessa.ua/> [in Ukrainian].
6. *U* Kyievi prezentuvaly pershyi slovnyk stratehichnykh komunikatsii [The first dictionary of strategic communications resented in Kyiv]. Retrieved from <http://www.ukrinform.ua/rubric-society/2005461-u-kyievi-prezentuvali-persij-slovník-strategicnih-komunikacij.html> [in Ukrainian].
7. *Lipkan, V.A.* (Eds.) (2016). *Stratehichni komunikatsii: slovnyk* [Strategic communications: a dictionary]. K.: FOP O.S. Lipkan [in Ukrainian].
8. *Kruhlyi* stil na temu: «Natsionalna vyshcha osvita v haluzi komunikatsii: stan ta perspektyvy» [Roundtable: “The national university degree in communications: state and prospects”]. Retrieved from photo.ukrinform.ua/ukr/current/photo.php?id=772337 [in Ukrainian].
9. *Postanova* Kabinetu Ministriv Ukrainy Pro zatverdzhennia pereliku haluzei znan i spetsialnostei, za yakymy zdiisniuetsia pidhotovka zdobuvachiv vyshchoi osvity: vid 29 kvitnia 2015 roku № 266 [Cabinet of Ministers of Ukraine Decree “On the list of disciplines and specialties, which trains candidates of higher education”]. Retrieved from <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=248149695> [in Ukrainian].
10. *About* courses of Columbia University School of Professional Studies / Sayt Kolumbiys’koho universytetu. Retrieved from <http://sps.columbia.edu/strategic-communications/courses#COMM-PS5245>
11. *Commander’s Handbook* for Strategic Communication and Communication Strategy 2010 / US Joint Forces Command Joint Warfighting Center // Version 3.0, 24 June 2010. Retrieved from http://www.dtic.mil/doctrine/doctrine/jwfc/sc_hbk10.pdf

12. *Na navchalnii platformi Prometheus z'явились kursy z internet-media ta informatsiinykh voien* [On studying platform Prometheus appeared courses on Internet media and information warfare]. Retrieved from http://osvita.medi-asapiens.ua/web/online_media/na_navchalnii_platformi_prometheus_zyavilysya_kursi_z_internetmedia_ta_informatsiinykh_voen/ [in Ukrainian].
13. *Master of Communication Studies: Strategic Communication*. Retrieved from <https://www.uantwerpen.be/en/education/education-and-training/e-mcw-strategische/study-programme/>
14. *School of Journalism and Communications University of Oregon*. Retrieved from <http://journalism.uoregon.edu/academics/grad/stratcomm/#1449534301311-95635e14-f950>
15. *International B.A. Program in Communication*. Retrieved from <http://www.biuinternational.com/academics/communication/>
16. *Communications Course*. Retrieved from <http://www.biuinternational.com/wp-content/uploads/Communications-Course-Listing-2014-15.pdf>
17. *O fakultete «Mezhdunarodnye otnosheniya» (Diplomatskaya akademiya MID Rossii)* [About the department “International Relations” of Diplomatic Academy of the Russian MFA]. Retrieved from http://www.dipacademy.ru/programmes/graduate/international_relation [in Russian].
18. *Magisterskaya programma «Novye media i strategicheskie kommunikacii» (Moskovskiy gosudarstvennyy institut mezhdunarodnyh otnosheniy)* [The master’s program “New Media and Strategic Communications” of Moscow State Institute of International Relations]. Retrieved from <http://mgimo.ru/study/master/smm> [in Russian].
19. *Magisterskaya programma «Strategicheskie kommunikacii» (fakultet zhurnalistiki Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta)* [The master’s program “Strategic Communication” of Journalism faculty of Moscow State University]. Retrieved from <http://www.journ.msu.ru/education/graduate/programmy/magisterskaya-programma-strategicheskie-kommunikatsii.php> [in Russian].
20. *Bakalavrskaya programma «Reklama i svyazi s obschestvennostyu» (Nacionalnyy issledovatel'skiy universitet «Vysshaya shkola ekonomiki»)* [Bachelor program “Advertising and public relations” of National Research University “Higher School of Economics”]. Retrieved from <https://www.hse.ru/ba/ad/keydiscipline> [in Russian].
21. *Magisterskaya programma «Strategicheskie kommunikacii v professionalnoy i mezhkulturnoy sferah (na stadii zapolneniya)» (Permskiy nacionalnyy issledovatel'skiy politehnicheskii universitet)* [Strategic communications in professional and intercultural fields (at the stage of filling) Perm National Research Polytechnic University]. Retrieved from http://pstu.ru/title1/student/plans_magistry/ [in Russian].
22. *About Strategic Communications / NATO StratCom website*. Retrieved from <http://www.stratcomcoe.org/about-strategic-communications>
23. *Ukraina ta NATO prodovzhat spivpratsiu zadlia vprovadzhennia systemy derzhavnykh stratehichnykh komunikatsii* [Ukraine and NATO will continue cooperation for the implementation of public policy communications]. Retrieved from <http://mip.gov.ua/news/1450.html> [in Ukrainian].
24. *Yurii Stets: «Ukraina potrebuie rozvytku informatsiinoho prostoru ta nalahodzhennia komunikatsii mizh vladoiu ta suspilstvom»* [Yuriy Stets: “Ukraine needs to develop of information space and establishing communication between the government and society”]. Retrieved from <http://mip.gov.ua/news/1249.html> [in Ukrainian].