

НАПРЯМ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-252-7-10>

Архипова Тетяна Василівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана*

ПРО ОБГРУНТУВАННЯ СТВОРЕННЯ ЦЕНТРУ СУСПІЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ТВОРЧИХ ІННОВАЦІЙ У МИСТЕЦЬКИХ ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

Аудит зовнішніх і внутрішніх комунікацій окремих мистецьких закладів вищої освіти України та їхнього технічного і технологічного стану, щодо забезпечення постійної присутності в інформаційному та комунікаційному просторах, показав відсутність в попередні роки консолідованого підходу до створення системи функціонування закладів у публічній площині.

Проведений аналіз присутності в інформаційному просторі виявив такі результати. Відсутня комунікаційна політика, інформаційно–комунікаційні заходи носять безсистемний, розкоординований характер. Відсутність інформаційної логістики дає можливість фактичного блокування творчої незалежності митців навчальних закладів. Немає контролю за вхідною та вихідною інформацією про висвітлення діяльності закладу в публічній площині. Наповнення сайту інформаційними матеріалами, створення в інформаційному просторі рекламно-інформаційних матеріалів щодо просування творчих заходів та наукових конференцій, в цілому, має аматорський рівень. Через фактичну відсутність координації, взаємодії та інформаційного обміну між

структурними підрозділами установи порушується Указ Президента України № 447/2021 «Про стратегії кібербезпеки України» (п. 2) щодо незахищеності державних електронних інформаційних ресурсів та інформації, а також може розглядатися як загроза інформаційній кібербезпеці навчального закладу.

Усе це вносить деструктив до функціонування внутрішніх і зовнішніх комунікацій навчального закладу і є абсолютно неприпустимим на тлі сьогоденних викликів щодо активізації формування позитивного іміджу та поширення інформації про діяльність державного закладу. Крім того, це веде до репутаційних ризиків і руйнує цілісність роботи керівництва, а також може завдати відчутного удару базовій публічності мистецького закладу.

Усвідомлюючи, що репутація є найціннішим активом для ВНЗ, одним із найпотужніших складових елементів рейтингу, оскільки підвищує його конкурентоздатність, полегшує доступ установи до різних ресурсів: фінансових, інформаційних, людських та матеріальних, постає питання створення та налагодження системного механізму для формування консолідованої позиції з формування іміджу мистецького закладу вищої освіти як провідного вищого навчального закладу із інноваційними методами управління, який впроваджує сучасні креативні технології в освітній процес, створює та поширює національний і водночас світового рівня культурно-мистецький продукт.

З цією метою у закладі вищої освіти необхідно створити окремий підрозділ управління інформаційно-комунікаційною діяльністю навчального закладу – Центр суспільних комунікацій та творчих інновацій, який підпорядковуватиметься безпосередньо ректору та на відміну від інших можливих учасників, цілеспрямовано продукуватиме креативні конструкції, які формуватимуть контент інформаційних повідомлень та оперативно реагуватиме і управлятиме усіма репутаційними ризиками, що існують в умовах гібридної інформаційної агресії, глобальних змін внутрішнього і зовнішнього комунікаційного простору.

Основними напрямками діяльності центру буде створення ексклюзивної інтегрованої інформаційної доктрини закладу, розробка інноваційних стратегій з управління репутаціями, антикризове управління, пов'язане з впливом внутрішньої та зовнішньої еліти, налагодження конструктивних партнерських відносин з державними та приватними структурами, забезпечення навчального процесу інноваційними технологіями, впровадження в творчий процес найновітніших досягнень мистецької спільноти, пропагування власних здобутків студентів та викладачів в національному і міжнародному культурно-мистецькому просторах.

Література:

1. Указ Президента України № 447/2021 «Про стратегії кібербезпеки України». URL: <https://armyinform.com.ua/2021/08/27/ukazom-prezydenta-vvedeno-v-diyu-strategiyu-kiberbezpeky-ukrayiny/>
2. Архипова Т.В. Ідеологія управління репутацією університету в умовах інформаційної турбулентності. *Стратегія економічного розвитку України : Збірник наукових праць*. Київ : КНЕУ, 2019. Вип. 45. С. 126–135.
3. Шейко В. М., Кушнарєнко Н. М. Концепти науково-освітньої й управлінської діяльності закладів вищої освіти культури і мистецтв. *Вісн. Харків. держ. акад. культури. Серія: Соціальні комунікації* : зб. наук. пр. Харків, 2018. Вип. 53. С. 16–28.
4. Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2021–2031 роки. 2020. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/rizne/2020/09/25/rozvitku-vishchoi-osviti-vukraini-02-10-2020.pdf>
5. Безгін О. І., Успенська О. Ю. Мистецтвознавчі вищі навчальні заклади: стратегія розвитку в реальності нових економічних умов *The CultuROLOGY IDEAS*. 2017. № 11. С. 223–230.
6. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2006. 656 с.
7. Грищенко І. М. Професійна освіта в системі економічних досліджень : монографія. К. : Грамота, 2014. 384 с.