

**Влада Коток,**  
студентка II курсу  
ОПП «Реклама і зв'язки з громадськістю»  
Інституту журналістики  
Київського університету імені Бориса Грінченка

**Vlada Kotok,**  
Second-year student,  
Institute of Journalism  
at Borys Grinchenko Kyiv University  
Email: vokotok.ij20@kubg.edu.ua

**Лідія Порхун,**  
студентка II курсу  
ОПП «Реклама і зв'язки з громадськістю»  
Інституту журналістики  
Київського університету імені Бориса Грінченка

**Lidiia Porkhun,**  
Second-year student,  
Institute of Journalism  
at Borys Grinchenko Kyiv University  
Email: lsporkhun.ij20@kubg.edu.ua

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2021.2-12.8>

УДК 378:001:659.1:659.4(477)“2017/2021”

МІЖНАРОДНА ДІЯЛЬНІСТЬ КАФЕДРИ РЕКЛАМИ  
ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ  
УНІВЕРСИТЕТУ ГРІНЧЕНКА ЗА 2016–2021 рр.



INTERNATIONAL ACTIVITIES OF THE DEPARTMENT  
OF ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS  
OF THE INSTITUTE OF JOURNALISM  
AT BORYS GRINCHENKO KYIV UNIVERSITY IN 2016-2021

*У статті досліджено міжнародну діяльність кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету ім. Б. Грінченка.*

*Підрозділ активно співпрацює з іноземними університетами та бере участь у великій кількості міжнародних програм, серед яких відома багатьом Erasmus+. Студенти кафедри також активно залучаються до міжнародної діяльності, виграють грантові програми. Викладачі та адміністрація роблять усе можливе для того, щоб укласти якомога більше вдалих для обох сторін угод та надати студентам більше можливостей для розвитку.*

*У статті здійснено спробу пояснити, для чого потрібна модернізація освіти, підкреслити необхідність міжнародних контактів та їхню користь.*

***Ключові слова:** міжнародна діяльність, кафедра реклами та зв'язків з громадськістю, студент, викладач, грант, лекція, семінар.*

*The article examines the international activities of the Department of Advertising and Public Relations at Kyiv Borys Grinchenko University.*

*The department actively cooperates with foreign universities and participates in a large number of international programs, among which Erasmus + is known to many. Students of the department also take an active part in international activities, win grant programs. Teachers and administration do their best to conclude the most successful agreements for both parties and to provide students with more opportunities for development.*

*Thus, the article aims to explain why modernization of education is needed, to emphasize the need for international contacts and their benefits*

***Key words:** international activities, Department of Advertising and Public Relations, student, teacher, grant, lecture, seminar.*

**М**іжнародна діяльність — це не основний, а допоміжний напрям діяльності кафедри українського вишу. Проте це та допомога, яка сприяла набагато швидшому вдосконаленню навчально-методичної і наукової роботи, дала змогу наздогнати за цими показниками найкращі європейські виші та стати Інституту журналістики (до його складу входить кафедра реклами та зв'язків з громадськістю) Університету Грінченка українським лідером за популярністю серед абітурієнтів спеціальності «Журналістика».

У статті здійснено спробу оглянути й проаналізувати зазначений напрям діяльності кафедри реклами та зв'язків з громадськістю за 5 років, період з 2017 до 2021 р. Протягом усього цього часу викладачі кафедри активно співпрацювали з міжнародними університетами, програмами, що тематично перетиналися з інтересами кафедри, могли покращити кваліфікацію перших та допомогти студентам реалізувати себе. На базі університету організовувалися міжнародні конференції, дискурси та лекції: до 2019 р. переважно офлайн, а потім з відомих усім причин глобального масштабу — здебільшого онлайн. Кафедра співпрацювала з університетами Болгарії, Латвії, Литви, Іспанії, Польщі, Словенії. Освітні програми Інституту журналістики були вже заздалегідь розраховані на можливу участь студентів в іноземних грантах, адже передбачали змогу вивчати певні дисципліни англійською мовою («Історія реклами та PR», доцент І. Ю. Афанасьєв; «Копірайтинг і спічрайтинг: Копірайтинг», доцент С. М. Вернигора). Щороку в студентів і викладачів була можливість подавати заявки, брати участь у грантових програмах, що надавалися Університетом Грінченка та іноземними партнерами.

Прикладами реалізації зазначеного напрямку діяльності кафедри стали такі найбільш яскраві **проекти міжнародної співпраці**.

*Університет імені короля Хуана Карлоса (URJC) (Мадрид, Іспанія).* Наприкінці 2019 р. Київський університет імені Бориса Грінченка підписав договір з Університетом імені короля Хуана Карлоса. Ініціатором підписання стала кафедра реклами та зв'язків з громадськістю і, зокрема, особисто доцент цього підрозділу Г. А. Піскорська.

Університет імені короля Хуана Карлоса — іспанський державний заклад вищої освіти (ЗВО), розташований в автономній спільноті Мадрид (Comunidad de Madrid). Це дуже молодий виш навіть за мірками України, що вже казати про Іспанію з її всесвітньо відомими середньовічними досягненнями: університет

заснований у 1996 р. Однак він стрімко розширився і став дуже престижним. У 2021 р. заклад мав 5 кампусів, тут навчалася близько 46 тисяч студентів, завдяки чому виш став другим університетом за кількістю студентів у Мадриді. Це — наймолодший та найсучасніший з шести національних закладів вищої освіти в усій провінції.

Станом на 2021 р. Університет імені короля Хуана Карлоса дає можливість студентам обирати з 64 спеціальностей бакалаврського рівня, 44 подвійних, 6 англійською мовою, 18 дипломів. Також навчальний заклад пропонує 81 магістерську та докторську програми. Серед них є спеціальність «Журналістика», що дає змогу студентам Інституту журналістики Університету Грінченка стати частиною програми обміну з потужним іспанським університетом.

*Університет Жирони (UdG) (Іспанія).* За ініціативою доцента кафедри реклами та зв'язків з громадськістю М. М. Нетреби був підписаний договір про співробітництво Київського університету імені Бориса Грінченка з Університетом Жирони в Іспанії.

Прототип цього вишу існував у каталонському місті Жирона ще з 1446 р. Станом на 2021 р. в Університеті Жирони викладали майже півтори тисячі професорів для 14 тисяч студентів, з яких 12 тисяч — майбутні бакалаври, 835 — магістри та 629 — аспіранти, що мали змогу проживати на території трьох кампусів. Виш пропонував 40 різних програм. Зокрема, в ньому діє Факультет ЗМІ, Телебачення та Мультимедійної продукції, що зацікавив студентів Інституту Журналістики для навчання або стажування за кордоном.

У листопаді 2021 р. доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю М. М. Нетреба взяла активну участь у програмі академічної мобільності Erasmus+KA107 безпосередньо у Жироні. У рамках дисципліни «Креатив в комунікаціях» вона прочитала дві лекції, присвячені креативному інструментарію. Зокрема, ознайомила майбутніх фахівців з новаторською унікальною методикою CRAFT (Creative Algorithm Framework and Tools) та теорією розв'язання винахідницьких завдань, поділилася успішними креативними кейсами. Під час практичного заняття провела брейнстормінг-сесію щодо пошуку нових креативних ідей для відомих брендів за методологією CRAFT.

*Латвійський університет (Рига, Латвія).* У травні 2019 р. за ініціативою доцента кафедри реклами та зв'язків з громадськістю О. В. Курбана був підписаний договір про співробітництво між Київським університетом імені

Бориса Грінченка та Латвійським університетом. Делегація грінченківців на чолі з доцентом О. В. Курбаном та С. М. Вернигорою провела насичені дні в Латвії. Протягом цього часу відбулися не лише переговори про співпрацю та підписання документів, але й було прочитано гостьову лекцію О. В. Курбаном. Крім того, студенти, які були членами делегації, поспілкувалися з іноземними викладачами та обговорили можливість співпраці між студентськими парламентами.

Латвійський університет — це найстаріший заклад вищої освіти в країні. Він входить до Утрехтської мережі — асоціації університетів Європи. Станом на 2021 р. у ньому функціонувало 13 факультетів. Вищу освіту тут здобували 15 тисяч студентів щороку, близько 5 % з яких іноземці. Університет пропонував 148 навчальних програм, які викладалися понад 3 тисячами професорів і доцентів. Цей виш був і залишається сучасним центром академічних і професійних досліджень, що проводилися в природничих, гуманітарних, суспільних, технічних та медичних галузях. Загалом університет здійснював дослідження в понад 50 наукових сферах.

Також Латвійський ЗВО бере активну участь і в міжнародній діяльності, про що свідчить понад 200 угод про співпрацю з університетами різних країн. Студенти вишу були учасниками програм за обміном, зокрема Erasmus+. Також університет входить до престижних міжнародних організацій EUA (Європейська асоціація університетів), UNICA (Мережа університетів столиць Європи), BSRUN (Мережа університетів регіону Балтійського моря), UTRECHT Network та ін.

Станом на другу половину 2021 р. кафедра реклами та зв'язків з громадськістю Університету Грінченка активно співпрацювала з Латвійським університетом, прикладом чого були регулярні лекції, які проводилися в онлайн-форматі.

*Академія Яна Длугоша (Польща, Ченстохова).* У 2017 р. Університет Грінченка уклав договір про співпрацю з Академією Яна Длугоша, у підготовці та підписанні якого взяла активну участь директор Інституту журналістики Г. В. Горбенко.

Академія Яна Длугоша — це престижний польський державний заклад вищої освіти із багаторічною історією. Університет складається з чотирьох факультетів: філології та історії, математики та природничих наук, педагогіки та мистецтва. Серед спеціальностей, що викладалися на факультеті філології, була

й спеціальність «Журналістика». Останнє являє особливий інтерес для грінченківців — студентів кафедри реклами та зв'язків з громадськістю. Також наявні були міжфакультетні підрозділи — Центр вивчення іноземної мови та Центр фізичного виховання. Студенти Академії мали змогу вступити до аспірантури за понад 60 напрямками. Навчали студентство близько 650 висококваліфікованих викладачів, серед яких доценти та доктори наук.

У рамках укладеної угоди було заплановано програму академічної мобільності для студентів і викладачів обох вишів, яка може втілитися в реальність уже найближчим часом.

**Грантові програми.** Університет Грінченка, зокрема кафедра реклами та зв'язків з громадськістю, надає своїм студентам можливість стати учасниками грантових програм, здобути таким чином додаткові, дуже зручні можливості навчатися закордоном, поглиблювати й розширювати свої знання в іноземних вишах.

Викладачі кафедри ініціювали такі грантові проекти.

*2018 рік*

1. «Медіа-школа Університету Грінченка» («Mediaschool Grinchenko University») — до Фонду розвитку ЗМІ (Small Public Diplomacy Grants Program Public Affairs Section, U.S. Embassy in Ukraine). Одним із авторів проекту є доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю С. М. Вернигора.

2. «Реклама: гендерна рівність» — для Фінського фонду місцевого співробітництва. Серед авторів проекту — доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю С. М. Вернигора.

3. «Фактчекінг: протидія маніпулятивним технологіям» — для Національного фонду за демократію (National Endowment for Democracy, USA). Автори — доценти кафедри реклами та зв'язків з громадськістю О. П. Гусак, О. В. Курбан).

4. «Розбудова системи інформаційної безпеки в сучасному громадянському суспільстві» — для Національного фонду за демократію (National Endowment for Democracy, USA). Автори — доценти кафедри реклами та зв'язків з громадськістю О. П. Гусак, О. В. Курбан).

*2019 рік*

1. Документальний фільм «Гібридна війна РФ проти України у кіберпросторі» — для Міністерства інформації України (автор проекту — доцент О. В. Курбан).

2. Демократична молодь у демократичному суспільстві — для Міністерства закордонних



справ Латвії (автор проекту — доцент О. В. Курбан).

2020 рік

1. Нейрокомунікації в системі гуманітарної та цифрової безпеки до організації «Горизонт 2020» (ЄС). Авторами стали викладачі кафедри та іноземні колеги.

2. Упровадження європейських практик інформаційного аудіовізуального контенту український медіапростір, програма «Модуль Жан Моне» (ЄС).

**Гостьові лекції, міжнародні семінари конференцій, форуми (вибрана хронологія).**

2018 рік

У квітні відбулася гостьова лекція головного редактора й члена редколегії низки наукових видань Болгарської академії наук та деяких інших організацій, викладача, професора кафедри соціальних комунікацій Факультету психології Томського державного університету, заступника декана факультету журналістики Софійського університету ім. Климента Охридського (Болгарія), автора докторської дисертації на тему жіночих образів у рекламі, доктора маркетингових комунікацій і семіотики — Христо Кафтаджиева.

Доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю І. Ю. Афанасьєв протягом року відвідав чотири міжнародні семінари, на порядку денному яких обговорювали проблеми медіа, освіти, громадянської просвіти, міжнародної безпеки тощо. Місцями їх проведення стали Іспанія, Греція, Німеччина, Велика Британія, у тому числі Оксфордський університет. Учасниками цих заходів були доповідачі та слухачі з понад 15 країн.

У лютому 2018 р. відбулася міжнародна сертифікаційна програма «Комунікаційна безпека», партнерами якої стали не тільки Міністерство оборони України, Збройні сили України, а й Українська асоціація Ніппон Кемпо. Учасниками програми було чимало колег із іноземних організацій, зокрема Віктор Верцнер (Victor Vertsner, Ізраїль), Рафал Ковальчик (Rafal Covalchik, Польща) та ін.

У 2018 р. доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю І. Ю. Афанасьєв відвідав Стерлінзький університет (Шотландія) для ознайомлення з унікальними документами одного з «батьків-засновників» PR на пострадянському просторі, британського піарника й науковця Сема Блека, серед робіт якого «Міфи про PR», «Міфи про брендинг», «Практичні публік рілейшенз» та знаменита серед піарників праця, можна сказати навіть культова книга — «Public Relations. Що це таке?»

У грудні 2018 р. відбувся V Міжнародний форум «Інформаційна Безпека», організатором якого виступив доцент кафедри О. В. Курбан. У заході взяли участь фахівці та експерти з України, Казахстану, Білорусі, Іспанії, Ірану, Ізраїлю, Грузії, Естонії, Литви та Вірменії.

2019 рік

Наприкінці жовтня 2019 р. в Університеті Грінченка відбулася гостьова лекція доктора соціальних наук, професора факультету соціальних наук Латвійського університету Сігити Струберги. Вона здійснила детальний аналіз програм російського телебачення («Вечірній Ургант», «КВК») з результатами якого ознайомила грінченківців, щоб показати, як жарт може впливати на аудиторію. Цього ж року гостьову лекцію в Інституті журналістики прочитав Христо Кафтаджаєв з університету Болгарії, про якого згадувалося вище.

За підтримки Університету Жирони доцент М. М. Нетреба стала автором та переможницею колективного гранту ERASMUS+ Program KA107, широко відомої, престижної програми обміну студентів, викладачів та науковців країн-членів Європейського Союзу, а також Ісландії, Ліхтенштейну, Македонії, Норвегії та Туреччини.

Наприкінці року відбувся захід, що став на той час уже традиційним — VI Міжнародний форум «Інформаційна безпека», постійним організатором якого є доцент кафедри О. В. Курбан. Мета заходу полягала у встановленні дружньої співпраці з профільними українськими органами державної влади та іноземними партнерами. Серед іноземців, зокрема, були: Іхсан Рефахі, тележурналіст, Національне телебачення Ірану; Ермек Наримбай, правозахисник, політичний діяч (Казахстан); Рубен Меграбян, редактор видання «АРАВОТ», експерт Вірменського інституту міжнародних відносин та безпеки (Вірменія); Пабло Гонзалес, політолог, журналіст (Іспанія).

2020 рік

У листопаді більшість викладачів і працівників кафедри реклами та зв'язків з громадськістю взяла участь у Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції «Медіазнавчі студії в європейському діалозі: освітній та науковий дискурс». Доцент І. Ю. Афанасьєв і викладач Д. В. Харамурза виступили в ролі не лише доповідачів, але й модераторів секцій. Одним із модераторів був і завідувач кафедри Л. М. Новохатько, який увійшов до складу оргкомітету. Д. В. Харамурза виступила секретарем оргкомітету конференції, редактором. Вона редагувала збірник тез конференції,

координувала низку організаційних питань. Учасниками з боку України виступили Міністерство освіти і науки України, Міжнародна федерація журналістів, Незалежна медіапрофспілка України, Національна спілка журналістів України, Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ», Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. Серед іноземних співorganizatorів були такі організації, установи: Університет Жирони (Іспанія), Латвійський університет (Латвія) та Сілезький технологічний університет (Польща). Ця конференція продемонструвала тисячам колег здобутки й перспективи української нової школи сучасного медіазнавства. Інші викладачі кафедри взяли участь у заході як спікери (М. М. Нетреба та Д. В. Харамурза), темами їхніх доповідей: «Медіаправо в Україні та ЄС»; «Актуальні питання теорії та історії української журналістики»; «Медіа у часи пандемії коронавірусної хвороби» тощо. Старший викладач кафедри журналістики та нових медіа Роман Ратушний виступив з промовою на тему «Українські січові стрільці та їхня роль у зародженні національної військової фотожурналістики». Після пленарного засідання конференції відбулася презентація наукових видань з теорії і практики реклами та зв'язків із громадськістю (презентував доцент кафедри реклами та зв'язків із громадськістю Інституту журналістики Університету Грінченка, кандидат історичних наук І. Ю. Афанасьєв та студентка II курсу спеціальності «Реклама і зв'язки з громадськістю» Інституту журналістики Олександра Ільїнова).

У другій половині 2020 р. доцент М. М. Нетреба успішно закінчила навчання за тренінговою програмою науково-педагогічного спрямування у м. Брно (Чехія) за підтримки Eastern European Center of the Fundamental Researchers, незалежної громадської організації, створеної з метою об'єднання зусиль вчених із Центральної та Східної Європи для сприяння сталому розвитку, публікації результатів фундаментальних, наукових та практичних досліджень, до складу організації входять вчені з різних країн (Чехія, Угорщина, Польща, Україна та Білорусь) і трьох чеських навчальних закладів.

Одним із авторів монографії, що вийшла у м. Софія (Болгарія), стала доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю О. І. Стадніченко. Тема монографії «Інструменти та комунікаційні стратегії зовнішньої політики в теорії міжнародних відносин». Мета — аналіз природи невійськових інструментів (економічні санкції, м'яка влада та комунікаційні стратегії)

зовнішньої політики в рамках теорії міжнародних відносин, адже вони стають усе більш визначальними у формуванні стратегічних результатів у XXI ст.

У 2020 р. викладач та доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю І. Ю. Афанасьєв виграв конкурс на навчання за освітньою програмою «Громадянська освіта для суспільства громадян» у м. Рига, Латвія. Organizatorами конкурсу виступили Асоціація шкіл політичних досліджень при Раді Європи у співпраці зі Стокгольмською школою економіки в Ризі. Карантинні заходи у зв'язку з пандемією COVID-19 завадили проведенню цього навчання в офлайн-форматі у Ризі, тому organizatori переформатували цю міжнародну співпрацю на онлайн-версію. Саме в такому форматі навчання та підвищення кваліфікації брав участь І. Ю. Афанасьєв протягом 2020–2021 рр.

Старший викладач кафедри В. О. Шиян виграв конкурс на стипендію для проходження онлайн-навчання від Міжнародного фестивалю креативності «Канські Леви». Це найпрестижніший у галузі реклами міжнародний фестиваль творчості, що характеризується найбільш представницьким зібранням професіоналів реклами у світі, включно з дизайнерами, цифровими новаторами та маркетологами.

15 грудня 2020 р. близько 30 студентів освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» взяли участь в онлайн-зустрічі з латвійськими колегами-експертами соціальних комунікацій. Спікерами заходу виступили директор Інституту економіки Латвійської академії наук, онтопсихолог, доктор педагогічних наук Ніна Лінде та експерт у галузі PR Георгій Стражнов.

До міжнародної активності кафедри реклами та зв'язків з громадськістю долучалося чимало структурних підрозділів Інституту журналістики. Це, зокрема, Центр мультимедійних технологій. Метою створення останнього було надання якісної медіаосвіти в Україні, що ґрунтується не лише на українському досвіді, а й з урахуванням досвіду закордонних колег. Також пріоритетом Центру є підвищення кваліфікації викладачів та студентів у галузі соціальних комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю.

Завдяки правильно встановленим цілям проєкт вийшов на міжнародний рівень і тепер його учасниками можуть стати не лише українці, а й усі охочі з іноземних країн. І оскільки з 2020 р. Медіашкола перейшла в онлайн-формат, то втілити навчання іноземців тут стало ще простіше.

З кожним роком кафедра реклами та зв'язків з громадськістю все більше реалізує себе

у міжнародній діяльності. І з огляду на зазначене вище можемо констатувати, що кількість іноземних партнерів та колег поступово зростає. Договорів та угод із закордонними університетами стає все більше. Для викладачів це чудова змога покращити свою кваліфікацію та перейняти досвід іноземних професіоналів, а для студентів взяти участь у грантових програмах та здобути унікальну можливість навчатися закордоном.

Університет Грінченка, зокрема кафедра реклами та зв'язків з громадськістю, активно впроваджував Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» № 579 від 12.08.2015 р. Порядок здійснення академічної мобільності усіма учасниками освітнього процесу є важливим кроком у ході імплементації Закону України «Про вищу освіту» та створення дієвого інструментарію для інтернаціоналізації українських закладів вищої освіти.

Як уже було зазначено вище, грінченківці активно долучалися до програми Erasmus+, до співпраці з якою заохочувало освітян

Міністерство освіти і науки. Усі напрями програми мають різні можливості, відкриті для країн-партнерів на основі пріоритетів співпраці ЄС з країнами-сусідами й передбачають співпрацю між країнами-членами і країнами-партнерами програми з інших держав світу для обміну успішними практиками та розвитку інновацій. Україна є країною-партнером програми регіону Східного Партнерства (EaP Region 2).

Активні зусилля адміністрації Університету Грінченка були спрямовані на модернізацію освітніх програм та вдосконалення освітнього процесу. Керівництво на всіх рівнях — університетському, інститутському та, зокрема, кафедрі реклами та зв'язків з громадськістю — розуміло необхідність встановити контакти з іноземними університетами та реалізувати цю потребу на практиці для розвитку студентів і викладачів не лише в українському масштабі, у межах країни, але й за кордоном.

Подано до редакції: 30.11.2021 р.  
Прийнято до друку: 23.12.2021 р.