

## ОБУЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМ КОММУНИКАЦИЯМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

*Ю. В. Ключев<sup>1)</sup>, Д. В. Зубко<sup>2)</sup>*

*<sup>1)</sup>Российский государственный аграрный университет –  
МСХА им. К. А. Тимирязева,  
ул. Тимирязевская, 49, 127434, г. Москва, Россия,  
y.kliuev@rgau.mcx.ru,*

*<sup>2)</sup>Херсонский государственный педагогический университет,  
ул. Университетская, 27, 273003, г. Херсон, Россия,  
prostdasha@yandex.ru*

Целью статьи является выявление основных принципов стратегических коммуникаций в качестве высших коммуникативных компетенций в контексте формирующейся цифровой цивилизации. Определена необходимость их усвоения и практического применения студентами в процессе университетского обучения и впоследствии в их деятельности в качестве профессиональных коммуникаторов.

**Ключевые слова:** высшее образование; стратегические коммуникации; цифровая трансформация; коммуникативные компетенции; профессиональный коммуникатор.

## TRAINING IN STRATEGIC COMMUNICATIONS IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

*Yu. V. Klyueva<sup>a</sup>, D. V. Zubko<sup>b</sup>*

*<sup>a</sup>Russian State Agrarian University –  
Timiryazev Moscow Agricultural Academy,  
49, Timiryazevskaya Str., 127434, Moscow, Russia  
Corresponding author: Yu. V. Klyuev (y.kliuev@rgau.mcx.ru),*

*<sup>b</sup>Kherson State Pedagogical University,  
27, Universitetskaya Str., 273003, Kherson, Russia  
Corresponding author: D. V. Zubko (prostdasha@yandex.ru)*

The purpose of the article is to identify the basic principles of strategic communications as the highest communicative competencies in the context of the emerging digital civilization. The necessity of their assimilation and practical application by students in the process of university education and subsequently in their activities as professional communicators is determined.

**Key words:** higher education; strategic communications; digital transformation; communication competencies; professional communicator.

Обучение студентов стратегическим коммуникациям ведется в вузах в основном по магистерским профильным программам, но представлены и дисциплины для бакалавров, в рамках которых преподаются фундаментальные знания по стратегическому коммуникационному планированию. В качестве базовых компонентов обучения целесообразно обозначить концепции, которые характерны для теории и практики стратегических коммуникаций и значимы для формирования профессиональных компетенций коммуникаторов.

Д. П. Гавра считает, что стратегическая коммуникация реализуется в действиях, обеспечивающих разработку и реализацию стратегии социального субъекта с помощью коммуникационных средств. Е. Н. Пашенцев понимает стратегическую коммуникацию как «проецирование в сознание национальных и зарубежных аудиторий ценностей, интересов и целей путем адекватной синхронизации разносторонней деятельности во всех областях общественной жизни с ее профессиональным коммуникационным сопровождением». С. В. Богданов отмечает необходимость новаторского подхода к осмыслению стратегических коммуникаций: «выход за пределы традиционного набора таких категорий как “целевые аудитории”, “сообщения” и “информационные продукты”, и переход к воздействию на социально-психологические структуры общества, а также на фундаментальные процессы, лежащие в основе проблем безопасности государства и обеспечения его национальных интересов» [1, с. 133].

В контексте обучения профессиональных коммуникаторов важно определить ключевые принципы стратегических коммуникаций:

- 1) Команда специалистов, задействованная в стратегических коммуникациях, должна глубоко понимать их специфику.
- 2) Необходимо формировать доверительное восприятие стратегических коммуникаций ключевыми аудиториями через диалоговые формы взаимодействия.
- 3) Стратегические коммуникации перестают быть абстрактными по-

сланиями, они трансформируются в целенаправленные действия, формируют поведение аудитории. 4) Планирование этапов и форм реализации стратегических коммуникаций, их выполнение, анализ и оценка осуществляются непрерывно. 5) Стратегические коммуникации всегда соотносятся с желаемым конечным состоянием объектов, на которые направленно стратегическое воздействие. 6) Обоснованно выбранные аудитории, время и средства коммуникационного воздействия определяют эффективность стратегических коммуникаций.

Очевидно, что в методическом плане преподавателю вуза важно сформировать у студентов концептуальное знание о стратегиях коммуникаций. Студенты, обладая базовым знанием, постепенно, в условиях практических занятий и семинаров, дискуссий, кейс-стади и профессиональных практик имеют возможность получить коммуникационные компетенции высшего порядка, в том числе цифровые.

Вместе с тем, цифровая трансформация означает необходимость более продуманного использования стратегических коммуникаций. Заметными факторами являются возможности применения искусственного интеллекта, что вызывает опасения относительно перспектив самостоятельности принятия решений специалистом в сфере коммуникаций. Внимание сосредоточено на этических вопросах стратегического характера: «Как поведут себя машины, способные, как человеческий мозг, создавать внутри себя модели реального мира?»; «Какие последствия использования несет в себе когнитивный искусственный интеллект?»; «Каким будет будущее человеческой цивилизации, если / когда искусственный интеллект выйдет на уровень, превосходящий интеллект человека?».

Таким образом, все более очевидным является тот факт, что для специалиста по связям с общественностью актуальным является не только умение пользоваться ресурсами искусственного интеллекта, но и повышенное внимание к этическим аспектам коммуникационной деятельности. Гипотеза заключается в том, что проблемы этического плана и гуманистической направленности цифровых стратегических коммуникаций получают значительную и более существенную актуальность.

### Библиографические ссылки

1. *Богданов С. В.* Стратегические коммуникации: концептуальные подходы и модели для государственного управления // Государственное управление. Электронный вестник. 2017. № 61. С. 132–152.