

Матвієнків Світлана Миколаївна  
Лушагіна Тетяна Вікторівна

## Інформаційна політика закладів вищої освіти в умовах російсько-української війни

УДК 378.4:355.4  
DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2023-5.9>

Матвієнків Світлана Миколаївна  
кандидат політичних наук,  
доцентка кафедри політичних інститутів та процесів  
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника  
вул. Шевченка, 57,  
Івано-Франківськ, Україна  
ORCID: 0000-0002-7719-7791

Лушагіна Тетяна Вікторівна  
кандидат політичних наук,  
доцентка кафедри соціології та політології  
Чорноморського національного університету імені Петра Могили  
вул. 68 Десантників, 10,  
Миколаїв, Україна  
ORCID: 0000-0001-8599-2923

У цьому дослідженні розкриваються основні актуальні питання щодо реалізації інформаційної політики закладів вищої освіти в умовах російсько-української війни. Основна мета дослідження – розкрити особливості інформаційної політики закладів вищої освіти в умовах російсько-української війни та показати основні проблемні моменти у реалізації такої інформаційної політики. Під час дослідження використувалися наступні методи: загальнонаукові методи, наприклад, аналіз та синтез, а також спеціальні – інституціональний та нормативний методи при наведенні основних дефініцій дослідження; компаративний при порівнянні ЗВО; а також метод аналізу веб-сайту та соціальних мереж ЗВО. У результаті дослідження зроблено висновки, що під час війни заклади вищої освіти продовжують активну інформаційну політику, що включає і маркетингові заходи, постійну комунікацію із студентами та педагогічно-науковим колективом, адаптація до нових умов ведення навчального процесу та інформування його учасників щодо безпекових факторів. Новим викликом для ЗВО стало питання інформаційної безпеки навчального закладу, що включає захист інформації обмеженого доступу (персональні дані, комерційна таємниця тощо) і захист інтелектуальної власності; розробка та наявність кризових планів дій та алгоритмів для реагування на екстрені ситуації, що можуть передбачати евакуацію, переключення на дистанційний навчальний процес, забезпечення безпеки персоналу та студентів; комунікаційний процес, що передбачає забезпечення відкритості та достовірної інформації для громадськості, студентів, батьків, партнерів та ЗМІ щодо ситуації в університеті, заходів безпеки, змін у режимі роботи тощо; забезпечення соціально-психологічної підтримки як для студентів, так і для співробітників під час кризових ситуацій. Тому, інформаційна політика сучасного ЗВО має бути спрямована не тільки на популяризацію університету серед громадськості та конкурентоздатність, а й на створення інформаційного безпекового середовища для всіх учасників навчального процесу.

**Ключові слова:** війна, інформаційна політика, освітній процес.

**Вступ.** Covid-2019 та російсько-українська війна поставила перед українськими закладами вищої освіти (далі – ЗВО) нові виклики щодо інформаційної політики. Зокрема, виникла потреба нових методів, підходів та комунікаційних технологій щодо інформування усіх зацікавлених сторін про діяльність ЗВО, створенні сприятливого і безпекового середовища для розвитку навчальних закладів. Крім глобальних викликів, ЗВО України переживають період адаптації не тільки щодо об'єктивних процесів інформаційного суспільства, а й щодо нових соціально-політичних умов із різноманітними проявами конкурентної боротьби [15]. Крім того, поряд із зовнішніми кризовими факторами, існують і внутрішні, що передбачають зміни в організації діяльності ЗВО, перехід від радянської системи освіти до європейської, що передбачає низку реформ.

Основними викликами для освіти сфери освіти під час воєнного стану стали: загроза життю та здоров'ю учасників освітнього процесу, обмеження доступу до базових потреб людини; масштабні руйнування освітньої інфраструктури: пошкодження приміщень закладів освіти, навчальної матеріально-технічної бази, навчально-виробничих баз практики; вимушене масштабне переміщення учасників освітнього процесу в межах України та за кордон, що призвело до значних

втрат контингенту здобувачів освіти, педагогічного й викладацького складу; загострення проблеми забезпечення доступу до освіти українським школярам та студентам, порушення безперервності освітнього процесу; втрата управлінського освітнього контролю на територіях, що потрапили під тимчасову окупацію або перебувають у зоні активних військових дій; насильницька переорієнтація українських здобувачів освіти на російські навчальні програми, підручники, примусовий перехід на російську мову навчання; зменшення видатків державного та місцевих бюджетів на освіту; забезпечення розвитку приватної освіти на рівнях дошкільної, загальної середньої та позашкільної освіти [17].

Усі вищезазначені аспекти обумовлюють предмет наукового дослідження щодо інформаційної політики закладів вищої освіти в умовах російсько-української війни.

Питання, дотичні до визначеного предмету дослідження, викликають певні дискусії як у науковій, так і практичній площині. Зокрема, проблему сталого розвитку ЗВО досліджує О. Ляшенко [10], а правове забезпечення інформаційної безпеки в закладах вищої освіти України розглядає А. Нашинець-Наумова [15]. Питання маркетингової складової у сучасному управлінні ЗВО розглядають М. Зацерківна [6-7], О. Козак [8], К. Осипенко

та Л. Лаврентьєва [18], Н. Савицька [11], Т. Ящук [30] та ін. Проте, як має вести ЗВО свою інформаційну політику під час глобальних криз – питання залишається відкритим і потребує детального аналізу фактичного матеріалу.

Отже, основна мета цього дослідження – розкрити особливості інформаційної політики закладів вищої освіти в умовах російсько-української війни та показати основні проблемні моменти у реалізації такої інформаційної політики. Уперше в цьому дослідженні зроблено спробу порівняти інформаційну політику двох ЗВО – Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника та Чорноморського національного університету імені Петра Могили. При чому Чорноморський національний університет імені Петра Могили знаходиться в безпосередній близькості до прифронтової зони.

Основними методами дослідження стали як загальнонаукові методи, наприклад, аналіз та синтез, а також спеціальні – інституціональний та нормативний методи при наведенні основних дефініцій дослідження; компаративний при порівнянні ЗВО; а також метод аналізу веб-сайту та соціальних мереж ЗВО.

**Основна частина.** Інформаційна політика закладу вищої освіти є не тільки важливою складовою формування комунікативної політики ЗВО та його позитивного іміджу, а й є надважливим інструментом інформаційної безпеки ЗВО. Російсько-українська війна ще раз доводить, що сфера освіти є одним із різновидів зброї, яку використовує російська пропаганда, особливо на окупованих територіях. Тому, інформаційна політика ЗВО, поряд із широким спектром функцій, є необхідним інструментом у протидії ворожій пропаганді.

У широкому розумінні інформаційна політика – це функціонування інформації в суспільстві, визначення законів і принципів функціонування інформаційної сфери і комунікаційного середовища [16]. Також поняття «інформаційна політика» окреслюють як спосіб генерування, формування, використання інформаційних потоків і ресурсів із боку різних суб'єктів (окремих організацій, підприємств чи установ, які можуть мати свої інтереси в роботі з інформацією) [5].

На нашу думку, інформаційна політика ЗВО – це певний комплекс заходів і дій, що спрямовані на забезпечення ефективного поширення, обробки і використання інформації з метою створення у ЗВО сприятливого комунікаційного середовища для вирішення поставлених завдань.

І. Ощипок та Н. Петришин вважають, що управління вищим навчальним закладом (ВНЗ) в сучасних умовах повинне розв'язувати наступні завдання: організацію доступу до освіти, яка здатна задовольнити освітні потреби населення;

забезпечення рівності доступу до освіти для всіх громадян на всіх рівнях й ступенях освіти; підвищення якості освіти й встановлення відповідності згідно вимог суспільства; підвищення ефективності освітньої системи; забезпечення безперервності освіти; забезпечення інтеграції навчальних закладів різноманітних типів в єдині комплекси; розвиток конкурентного освітнього середовища [19].

Одним із інструментів для розв'язання означених завдань є інформаційна політика ЗВО. У свою чергу, нормативно-правове регулювання інформаційної політики ЗВО має здійснюватися відповідно до Конституції України, Закону України «Про освіту», «Про вищу освіту», Закону України «Про інформацію», «Про медіа», «Про авторське право та суміжні права», «Про державну таємницю», «Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах», «Про електронні комунікації», «Про рекламу», «Про видавничу справу», «Про кінематографію».

М. Зацерківна у своєму дослідженні розглядає питання інформаційної політики ЗВО в контексті PR-технологій у формуванні іміджу закладів вищої освіти та приходять до висновків, що підтримання ЗВО зв'язків з громадськістю передбачає проведення інформаційної політики, формування позитивної суспільної думки про ЗВО, організацію зв'язків з громадськістю з використанням комунікативного менеджменту [6].

Інформаційна політика ЗВО направлена в основному на споживачів освітніх послуг. О. Козак визначає п'ять груп факторів щодо поведінки споживачів освітніх послуг при виборі ВНЗ: можливості споживача (зокрема фінансові); фактори соціального середовища, які впливають на формування як загальних життєвих цінностей, так і орієнтацій в освітній сфері; психологічні фактори, що визначають сферу реалізації отриманих знань; інформаційна повнота впливає на рівень обізнаності споживача з ситуацією на освітньому ринку; маркетингові фактори, які сприяють диференціації освітніх пропозицій [8].

Розглядаючи інформаційну політику ЗВО, варто визначити її основних адресатів (об'єктів):

- внутрішні – адміністрація ЗВО, науково-педагогічний колектив, провідні фахівці, здобувачі освіти;

- зовнішні – абітурієнти та їх батьки, місцева влада, Міністерство освіти і науки України, стейкхолдери, роботодавці, грантодавці, засоби масової інформації громадські організації.

Крім адресатів інформаційної політики ЗВО, варто визначити і її структурні складові. Зокрема, це – технологічна інфраструктура, управління даними, комунікаційна політика, інформаційна безпека, дистанційне навчання (мал. 1).



Мал. 1. Складові інформаційної політики ЗВО (складено авторами)

Під час військового стану інформаційна політика ЗВО повинна вирішувати низку питань. Зокрема, питання що стосуються організації захищеного доступу до освітніх матеріалів і систем ЗВО з будь-якої точки світу; захисту інформації обмеженого доступу (персональні дані, комерційна таємниця тощо) і захисту інтелектуальної власності; виконання вимог законодавства в галузі інформаційної безпеки (захист персональних даних, захист прав на інтелектуальну власність) [15].

При виборі засобів «донесення» потрібної інформації до потенційних клієнтів ВНЗ, в першу чергу, необхідно внести деякі корективи і доповнення в організаційну структуру закладу. З цією метою доцільним є формування в структурі управління ЗВО «Служби маркетингу та управління комунікаціями» або «Відділу зв'язків з громадськістю». У межах цієї структурної одиниці доцільним є створення відділу маркетингових досліджень, пресслужби, PR-агенства, рекламної служби і Call-центра [2].

Розглянемо досвід інформаційної політики ЗВО під час війни на прикладі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (м. Івано-Франківськ) та Чорноморського національного університету імені Петра Могили (м. Миколаїв).

У Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника реалізацію інформаційної політики ЗВО забезпечує Відділ інформації та комунікації (пресслужба). Як зазначалося у попередніх дослідженнях, працівниками відділу у взаємодії з керівництвом університету, професорсько-викладацьким складом, органами студентського самоврядування, навчально-науковими підрозділами постійно проводиться робота щодо реалізації іміджевої кампанії, спрямованої

на підтримку та посилення лідерських позицій університету в інформаційному просторі, а також щодо популяризації діяльності університету серед громадськості, його пропаганду як закладу вищої освіти, який має багаторічні традиції та є конкурентоспроможним на ринку праці. Одним із важливих напрямків інформаційно-комунікаційної діяльності є забезпечення функціонування офіційної сторінки сайту університету та сторінок в соціальних мережах. Інформація про наукові структури подана на вебсайті закладу здебільшого в текстовій формі та містить фото. Інформаційне представлення кожного з науково-дослідницьких підрозділів побудоване з огляду на композиційні принципи [12].

У Чорноморському національному університеті імені Петра Могили реалізацію інформаційної політики ЗВО здійснює Медіацентр, який взаємодіє із адміністрацією університету, професорсько-викладацьким складом, студентами та студентською профспілкою, студентським самоврядуванням, навчально-науковими підрозділами щодо створення позитивного іміджу університету, а з 24 лютого 2022 року ще й забезпечення безпекового інформаційного середовища для внутрішніх та зовнішніх адресатів. Серед основних каналів реалізації інформаційної політики університету є офіційний веб-сайт університету, що містить інформацію про новини, події, актуальну інформацію про навчальні програми, факультети, дослідження тощо [27]. Крім офіційної інформації, сайт містить сторінку «Наші традиції», де вказано основні звичаї та традиції університету. Також на сайті функціонує «Сторінка пам'яті», де розміщено дописи в пам'ять про загиблих здобувачів вищої освіти, випускників ЧНУ імені Петра Могили. Крім того, на сайті можна знайти статті, присвячені патріотичному вихованню студентства. А у роз-

ділі «Культура» висвітлюється інформація щодо персональних виставок миколаївських художників у Галереї мистецтв університету.

Таке наповнення сайту орієнтовано на інформування учасників навчального процесу та зацікавлених осіб не тільки щодо офіційної інформації стосовно навчання, але й можливими варіантами духовно-культурного розвитку студентів.

Також значна увага у реалізації інформаційної політики здійснюється за допомогою соціальних мереж. Найбільша увага приділяється офіційній сторінці університету у соціальній мережі Facebook [28], а також в Інстаграмі [29]. Крім того важливе місце посідає ведення YouTube сторінки університету [1], де розміщена інформація про сам університет, факультети, дні відкритих дверей, а також відео-програми психологічної підтримки студентів та викладачів. Крім того, інформація щодо діяльності університету розміщена у соціальній мережі Facebook на офіційних сторінках кафедр, факультетів, навчально-наукових інститутів, приймальної комісії університету [21], а також навчально-методичного кабінету соціально-психологічної підтримки, професійного розвитку та сприяння працевлаштуванню [13].

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника має офіційну сторінку в соціальних мережах, а також сторінки структурних підрозділів. Наприклад, у Facebook функціонують такі сторінки: «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника» [22], «Цікаві події з ПНУ для учнів і студентів, педагогів шкіл і коледжів» [25], «Тільки ПНУ» [23], «Консультативна рада ПНУ» [9], «Центр інноваційних освітніх технологій «PNU-EcoSystem»» [24], «Наукова бібліотека ПНУ ім. В. Стефаника» [14], «ПНУ life» [20], «Відділ аспірантури і докторантури ПНУ» [4]. Крім зазначених сторінок, факультети, інститути, кафедри мають свої сторінки в соціальних мережах, де висвітлюється інформаційна політика ЗВО та отримується зворотній зв'язок від студентів у вигляді коментарів. Для максимального інформування та консультування туристів, які здійснюють походи та сходження в межах Чорногірського хребта Українських Карпат ведеться сторінка у Facebook «Білий Слон Міжнародний науковий центр «Обсерваторія»» [3].

Також на офіційній сторінці сайту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника активно ведуться рубрики про видатних науковців «Знакові постаті ПНУ» та кращих студентів «Історії успіху». Матеріали, які готують працівники відділу інформації та комунікацій університету, поширюють також на сторінках регіональних та місцевих інтернет-ресурсів. Пресслужба ПНУ співпрацює із представниками міських, обласних та центральних мас-медіа: проводяться брифінги для місцевих журналістів, проходять пресконференції з основних питань діяль-

ності, реалізації міжнародних проєктів, освітніх та наукових програм. Також поширюються інформаційні матеріали про діяльність Прикарпатського університету та його структурних підрозділів на сторінках регіональних інтернет-ресурсів та відеосюжети на каналах місцевих ТБ. Журналісти регіональних мас-медіа готують тематичні програми за участі фахівців Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника: ОТБ «Галичина» – «Про головне в деталях»; Суспільне Івано-Франківськ – «Тема дня»; ТРК «Вежа» – «Європейський вектор», ТРК «РАІ» – «Новий погляд» [13].

У Чорноморському національному університеті імені Петра Могили за 2022 рік діяльність медіа-центру була зосереджена в таких напрямках, як відредаговано, написано та опубліковано понад 590 новин на офіційний сайт університету, зокрема впроваджено написання циклових статей про викладачів та студентів Могилянки на різну тематику; створено та опубліковано статті про волонтерську та громадську діяльність представників ЧНУ імені Петра Могили за десять місяців війни; написано циклові тематичні статті з української мови – «Уроки української мови: сучасний аспект»; знято 83 відеосюжети про події, які відбувалися в університеті, а також про місцеві заходи, у яких брали участь студенти і викладачі ЧНУ імені Петра Могили, їх розміщено на ютуб-каналі Petro Mohyla TV та на сайті університету; виготовлено декілька циклових телепрограм (телепрограми присвячені історичним аналогіям минулого та сьогодення української держави «Український історичний щит»); створено програми розважального жанру для студентів «Книга VS Екранізація» (12 випусків), із яких випущено 2 відеоматеріали; випущено програму для тих, хто цікавиться походженням власних назв населених пунктів Миколаївської області – «Історія топонімів Миколаївщини»; знято інформативні відео для майбутніх абітурієнтів «День відкритих дверей», «Марафон твоїх перспектив», а також майстер-класи від кращих представників та випускників ЧНУ імені Петра Могили.

Так, як Чорноморський національний університет імені Петра Могили майже протягом року знаходився у прифронтовій зоні і фізично постраждав від обстрілів країни-агресора, то значна частина інформаційної політики ЗВО були присвячені саме питанням функціонування університету в умовах війни. Тому, у червні 2022 року, було знято та опубліковано міні-фільм про реалії існування Могилянки в 2022 році – «Могилянка в умовах воєнного стану: реальність сьогодення». Також до 303-ого дня війни змонтовано фільм про реалії існування Миколаєва та його значення – «Миколаїв. 303-й день війни. Спогади історика про недавнє теперішнє».

Крім власних університетських інформаційних ресурсів, медіацентр ЧНУ імені Петра Могили



щомісяця виготовляв спеціальні матеріали про університет, які розміщувались на сайтах та телеграм-каналах провідних видань м. Миколаєва – «Преступности.Нет» та «НикВести».

17 та 19 серпня студії медіацентру зазнали пошкоджень у наслідок влучення російських ракет. Наразі триває робота з відновлення медійного майданчика. Проте, протягом 2023 року медіацентр взяв участь у виставці фоторобіт в музеї Дербі, Велика Британія. Тематика: «Українська освіта на фронті», з темою робіт: «Україна живе» [26].

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника видає власні періодичні друковані видання та збірники студентських наукових праць, а окремі структурні підрозділи – власну періодику. Наприклад, юридичний інститут випускає у паперовому та електронному варіантах щомісяця газету для студентів «ЮрФакти Плюс». На факультеті філології студенти-журналісти видають газету «Об'єктив-ІФ» та журнали «Ferias», «ALIUM» [12].

**Висновки.** Отже, сучасні соціально-політичні виклики ставлять перед ЗВО нові вимоги щодо ведення процесу навчання, функціонування навчального закладу, комунікації між різними об'єктами комунікаційного процесу, а також створення безпекового інформаційного середовища.

На прикладі двох університетів різних регіонів України – Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника та Чорноморського національного університету імені Петра Могили – у цьому дослідженні було показано особливості реалізації інформаційної політики ЗВО в умовах російсько-української війни. В результаті означення основних напрямків інформаційної політики обох закладів вищої освіти, можемо зробити висновок, що під час війни обидва університети продовжували проводити активну інформаційну політику щодо своєї діяльності. Проте у Чорноморському національному університеті імені Петра Могили значна частина інформаційних повідомлень протягом 2022 року була присвячена саме проблемам функціонування університету в умовах постійних обстрілів та відновлення його після руйнування. Це пов'язано в першу чергу з тим що для закладів вищої освіти, які знаходяться в зоні постійних обстрілів чи під окупацією, першочергове значення у реалізації інформаційної політики має наступних факторів: безпека та захист інформації – створення умов та засобів захисту конфіденційної інформації, особистих даних колективу та студентів, дослідницьких результатів від несанкціонованого доступу або втрати через обстріли, хакерські атаки або інші загрози; управління в умовах кризи – розробка та наявність кризових планів дій та алгоритмів для реагування на екстрені ситуації, що можуть передбачати евакуацію, переключення на дистанційний навчальний процес, забезпечення безпеки персоналу та студентів;

комунікаційний процес, що передбачає забезпечення відкритої та достовірної інформації для громадськості, студентів, батьків, партнерів та ЗМІ щодо ситуації в університеті, заходів безпеки, змін у режимі роботи тощо.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Petro Mohyla TV. Чесно, ново, усебічно. URL: [https://www.youtube.com/@PetroMohylaTV\\_1](https://www.youtube.com/@PetroMohylaTV_1)
2. Бачинська О. Місце інформаційної політики у системі забезпечення конкурентоспроможності вищої школи / О. Бачинська // Конкурентоспроможність вищої освіти України в умовах інформаційного суспільства [Електронний ресурс] : збірник тез I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернігів, 9 листопада 2018 р) / Чернігів. нац. технол. ун-т. – Текст. і граф. дані. – Чернігів, 2018. – 779 с. – Режим доступу : <https://www.stu.cn.ua> 20-22.
3. Білий Слон Міжнародний науковий центр «Обсерваторія». URL: <https://www.facebook.com/БІЛИЙ-СЛОН-Міжнародний-науковий-центр-Обсерваторія-1691084830957625>
4. Відділ аспірантури і докторантури ПНУ. URL: <https://www.facebook.com/vad.pnu>
5. Гудзь О. Концептуальні основи формування інформаційної політики підприємств / О. Гудзь, В. Маковій // *Науковий вісник Ужгородського національного університету: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* – 2019. – № 23. – С. 65-69.
6. Зацерківна М. О. PR-технології у формуванні іміджу закладів вищої освіти сфери культури: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології. Київський національний університет культури і мистецтв, Міністерство культури України. – Київ, 2019, 22 с.
7. Зацерківна М. Особливості застосування PR-технологій у закладах вищої освіти сфери культури / М. Зацерківна // *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері.* – 2022. – № 5(1). <https://doi.org/10.31866/2617-796X.5.1.2022.261284>
8. Козак О. Стратегічне управління конкурентоспроможністю вищого навчального закладу / О. Козак // *Соціально-економічні проблеми і держава.* 2012. № 2 (7), С. 89-97. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12komvnz.pdf>.
9. Консультативна рада ПНУ. URL: <https://www.facebook.com/groups/3344501445776669>
10. Ляшенко О. М. Сталий розвиток закладів вищої освіти: локальні інформаційно-комунікативні аспекти / О. Ляшенко // *Вчені записки Університету «КРОК».* – 2020. – № (2 (58)). – URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2020-58-97-102>
11. Маркетингова політика закладу вищої освіти : колективна монографія / за заг. ред. Н. Л. Савицької. – Х.: ХДУХТ, 2018. – 163 с.
12. Матвієнків С. Інформаційна діяльність як невід'ємна складова формування іміджу сучасного закладу вищої освіти / С. Матвієнків // *Social Communications: Theory and Practise* – 2022. – № 14(1). – С. 208–219.

13. Навчально-методичний кабінет соціально-психологічної підтримки, професійного розвитку та сприяння працевлаштуванню. URL: <https://www.facebook.com/groups/centerchnu>

14. Наукова бібліотека ПНУ ім. В. Стефаника. URL: <https://www.facebook.com/lib.pu.if.ua>

15. Нашинець-Наумова А.Ю. Правове забезпечення інформаційної безпеки в закладах вищої освіти України / А. Нашинець-Наумова // Collective monograph: Modern achievements of EU countries and Ukraine in the area of law. – Wloclawek, Poland. – 2020. – №2. – S. 376-389.

16. Нестеряк Ю. Аналіз моделей інформаційної політики та державного регулювання засобів масової інформації / Ю. Нестеряк // Публічне управління та митне адміністрування. – 2016. – № 2 (15). – С. 65-70.

17. Освіта України в умовах воєнного стану: інформаційно-аналітичний збірник. – К., 2022. – 358 с.

18. Осипенко К. В., Лаврентьєва Л. В. Чинники успіху закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг / К. В. Осипенко, Л. В. Лаврентьєва // Інтернаціоналізація вищої освіти України в умовах полікультурного світового простору: стан, проблеми, перспективи : матер. II міжнар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 18-19 квітня 2018 р. – Маріуполь : МДУ, 2018. – С. 78-80.

19. Ощипок І. Інформаційні технології в нових умовах освітнього процесу і управління ним / І. Ощипок, Н.Петришин//Граальнауки.–2023.–№30.–С.280-287.

20. ПНУ life. URL: <https://www.facebook.com/groups/pnulife>

21. Приймальна комісія ЧНУ імені Петра Могили. URL: <https://www.facebook.com/groups/303717809838845>

22. Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника. URL: <https://www.facebook.com/PNUVSV>

23. Тільки ПНУ. URL: <https://www.facebook.com/PNUonly>

24. Центр інноваційних освітніх технологій «PNU-EcoSystem». URL: <https://www.facebook.com/groups/435468347328313>

25. Цікаві події з ПНУ для учнів і студентів, педагогів шкіл і коледжів. URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100076001724572>

26. ЧНУ імені Петра Могили на виставці FORMAT23 в Дербі (Велика Британія): фотороботи керівниці медіацентру Анни Синякової «Розбите серденько». URL: <https://chmnu.edu.ua/chnu-imeni-petra-mogili-na-vistavtsi-format23-v-derbi-velika-britaniya-fotoroboti-kerivnitsi-mediatsentru-anninyakovoyi-rozbite-serdenko/>

27. Чорноморський національний університет імені Петра Могили. URL: <https://chmnu.edu.ua/>

28. Чорноморський національний університет імені Петра Могили. URL: <https://www.facebook.com/chmnpres/about>

29. Чорноморський національний університет імені Петра Могили. URL: <https://www.instagram.com/mogilyanka/>

30. Ящук Т. А. Особливості маркетингу освітніх послуг закладу вищої освіти / Т. Ящук // Економіка, управління та адміністрування. – 2020. – № 4(90). [https://doi.org/10.26642/ema-2019-4\(90\)-100-104](https://doi.org/10.26642/ema-2019-4(90)-100-104)

## REFERENCES:

1. Petro Mohyla TV. Honest, new, comprehensive. URL: [https://www.youtube.com/@PetroMohylaTV\\_1](https://www.youtube.com/@PetroMohylaTV_1) [in Ukrainian]

2. Bachynska, O. (2018). Mistse informatsiinoi polityky u systemi zabezpechennia konkurentospromozhnosti vyshchoi shkoly. [The place of information policy in the system of ensuring the competitiveness of higher education]. Konkurentospromozhnist vyshchoi osvity Ukrainy v umovakh informatsiinoho suspilstva [Elektronnyi resurs] : zbirnyk tez I Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi konferentsii (m. Chernihiv, 9 lystopada 2018 r) / Chernihiv. nats. tekhnol. un-t. – Tekst. i hraf. dani. Chernihiv. 779 s. [in Ukrainian]

3. Bilyi Slon Mizhnarodnyi naukovyi tsentr «Observatoriia». [White Elephant International Scientific Center "Observatory"]. URL: <https://www.facebook.com/BILYI-SLON-Mizhnarodnyi-naukovyi-tsent-Observatoriia-1691084830957625>. [in Ukrainian]

4. Vidil aspirantury i doktorantury PNU. [Department of Postgraduate and Doctoral Studies of PNU]. URL: <https://www.facebook.com/vad.pnu>. [in Ukrainian]

5. Hudz, O., Makovii, V. (2019). Kontseptualni osnovy formuvannia informatsiinoi polityky pidpriemstv. [Conceptual bases of formation of information policy of enterprises]. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo, № 23, S. 65-69. [in Ukrainian]

6. Zatserkivna, M. O. (2019). PR-tekhnologii u formuvanni imidzhu zakladiv vyshchoi osvity sfery kultury [PR-technologies in shaping the image of higher education institutions in the cultural sector]: avtoref. dys. na zdobuttia naukovoho stupenia kandydata nauk iz sotsialnykh komunikatsii za spetsialnistiu 27.00.06 – prykladni sotsialno-komunikatsiini tekhnologii. Kyivskiy natsionalnyi universytet kultury i mystetstv, Ministerstvo kultury Ukrainy. Kyiv, 22 s. [in Ukrainian]

7. Zatserkivna, M. (2022). Osoblyvosti zastosuvannia PR-tekhnologii u zakladakh vyshchoi osvity sfery kultury. [Peculiarities of PR-technologies application in higher education institutions of the cultural sphere]. Tsyfrova platforma: informatsiini tekhnologii v sotsiokulturnii sferi, № 5(1). <https://doi.org/10.31866/2617-796X.5.1.2022.261284>. [in Ukrainian]

8. Kozak, O. (2012). Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnistiu vyshchoho navchalnogo zakladu. [Strategic management of competitiveness of a higher education institution]. Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava, № 2 (7), S. 89-97. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12komvnz.pdf>. [in Ukrainian]

9. Konsultatyvna rada PNU. [Advisory Council of the PNU] URL: <https://www.facebook.com/groups/3344501445776669>. [in Ukrainian]

10. Liashenko, O. M. (2020). Stalyi rozvytok zakladiv vyshchoi osvity: lokalni informatsiino-komunikatyvni aspekty. [Sustainable development of higher education institutions: local information and communication aspects]. Vcheni zapysky Universytetu «KROK», № (2 (58)). <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2020-58-97-102>. [in Ukrainian]

11. Marketynhova polityka zakladu vyshchoi osvity : kolektyvna monohrafiia.(2018). [Marketing policy of a higher education institution: a collective monograph] / za zah. red. N. L. Savytskoi. Kh.: KhDUKhT, 163 s. [in Ukrainian]
12. Matviienkiv, S. (2022) Informatsiina diialnist yak nevidiemna skladova formuvannia imidzhu suchasnoho zakladu vyshchoi osvity. [Information activity as an integral part of the formation of the image of a modern higher education institution]. *Social Communications: Theory and Practice*, №. 14(1), s. 208–219. [in Ukrainian]
13. Navchalno-metodychnyi kabinet sotsialno-psykholohichnoi pidtrymky, profesiinoho rozvytku ta spriannia pratsevlashtuvanniu. [Educational and methodological office of social and psychological support, professional development and employment promotion]. URL: <https://www.facebook.com/groups/centerchnu>. [in Ukrainian]
14. Naukova biblioteka PNU im. V. Stefanyka. [Scientific Library of V. Stefanyk National University]. URL: <https://www.facebook.com/lib.pu.if.ua>. [in Ukrainian]
15. Nashynets-Naumova, A.Iu. (2020). Pravove zabezpechennia informatsiinoi bezpeky v zakladakh vyshchoi osvity Ukrainy. [Legal support of information security in higher education institutions of Ukraine]. *Collective monograph: Modern achievements of EU countries and Ukraine in the area of law*. Wloclawek, Poland, №2, s. 376-389. [in Ukrainian]
16. Nesteriak, Yu. (2016). Analiz modelei informatsiinoi polityky ta derzhavnoho rehuliuвання zasobiv masovoi informatsii. [Analysis of models of information policy and state regulation of mass media]. *Publichne upravlinnia ta mytne administruvannia*. 2016. № 2 (15), s. 65-70. [in Ukrainian]
17. Osvita Ukrainy v umovakh voiennoho stanu: informatsiino-analitychnyi zbirnyk. (2022). [Education of Ukraine under martial law: information and analytical collection]. K., 358 s. [in Ukrainian]
18. Osypenko, K. V., Lavrentieva, L. V. (2018). Chynnyky uspihu zakladiv vyshchoi osvity na rynku osvitnikh posluh. [Factors of success of higher education institutions in the market of educational services]. *Internatsionalizatsiia vyshchoi osvity Ukrainy v umovakh polikulturnoho svitovoho prostoru: stan, problemy, perspektyvy : mater. II mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Mariupol, 18-19 kvitnia 2018 r.* Mariupol : MDU, S. 78-80. [in Ukrainian]
19. Oshchypok, I., Petryshyn, N. (2023). Informatsiini tekhnolohii v novykh umovakh osvitnoho protsesu i upravlinnia nym. [Information technologies in the new conditions of the educational process and its management]. *Hraal nauky*, № 30, s. 280-287. [in Ukrainian]
20. PNU life. URL: <https://www.facebook.com/groups/pnulife>. [in Ukrainian]
21. Pryimalna komisiia ChNU imeni Petra Mohyly. [Admission Committee of Petro Mohyla National University]. URL: <https://www.facebook.com/groups/303717809838845>. [in Ukrainian]
22. Prykarpatskyi natsionalnyi universytet im. V. Stefanyka. [V. Stefanyk Precarpathian National University]. URL: <https://www.facebook.com/PNUVS>. [in Ukrainian]
23. Tilky PNU. URL: <https://www.facebook.com/PNUonly>. [in Ukrainian]
24. Tsentr innovatsiinykh osvitnikh tekhnolohii «PNU-EcoSystem». URL: <https://www.facebook.com/groups/435468347328313>. [in Ukrainian]
25. Tsikavi podii z PNU dlia uchniv i studentiv, pedahohiv shkil i koledzhiv. URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100076001724572>. [in Ukrainian]
26. ChNU imeni Petra Mohyly na vystavtsi FORMAT23 v Derbi (Velyka Brytaniia): fotoroboty kerivnytsi mediatsentru Anny Syniakovoi “Rozbyte serdenko”. URL: <https://chmnu.edu.ua/chnu-imeni-petra-mogili-na-vistavtsi-format23-v-derbi-velika-britaniya-fotoroboti-kerivnitsi-mediatsentru-anni-sinyakovoyi-rozbite-serdenko/>. [in Ukrainian]
27. Chornomorskyi natsionalnyi universytet imeni Petra Mohyly. URL: <https://chmnu.edu.ua/>. [in Ukrainian]
28. Chornomorskyi natsionalnyi universytet imeni Petra Mohyly. URL: <https://www.facebook.com/chmnpres/about>. [in Ukrainian]
29. Chornomorskyi natsionalnyi universytet imeni Petra Mohyly. URL: <https://www.instagram.com/mogilyanka/>. [in Ukrainian]
30. Iashchuk, T. A. (2020). Osoblyvosti marketynhu osvitnikh posluh zakladu vyshchoi osvity. [Features of marketing of educational services of a higher education institution]. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, № 4(90). [https://doi.org/10.26642/ema-2019-4\(90\)-100-104](https://doi.org/10.26642/ema-2019-4(90)-100-104). [in Ukrainian]

## Information policy of higher education institutions in the context of the Russian-Ukrainian war

Matviyenkiv Svitlana Mykolaivna

---

PhD in Political Science,  
Associate Professor at the Department  
of Political Institutions and Processes  
Vasyl Stefanyk Precarpathian  
National University  
Shevchenko str., 57,  
Ivano-Frankivsk, Ukraine  
ORCID: 0000-0002-7719-7791

Lushahina Tetiana Viktorivna

---

PhD in Political Science,  
Associate Professor at the Department  
of Sociology and Political Science  
Petro Mohyla Black Sea  
National University  
68 Desantrykiv, 10, Mykolaiv, Ukraine  
ORCID: 0000-0001-8599-2923

*This study addresses the key current issues regarding the implementation of information policy by higher education institutions in the context of the Russian-Ukrainian war. The main goal of the research is to uncover the specifics of the information policy of higher education institutions in the context of the Russian-Ukrainian war and to highlight the key problematic aspects in implementing such information policy. The following methods were used during the research: general scientific methods, such as analysis and synthesis, as well as specific methods – institutional and normative methods when providing the main definitions of the study; comparative method in comparing higher education institutions; also the method of analyzing websites and social media of higher education institutions. Based on the results of the research, it was concluded that in the conditions of war, higher education institutions continue an active information policy, which includes marketing measures, constant communication with students and the academic community, adaptation to new conditions of the educational process, and informing its participants about security factors. A new challenge for higher education institutions has become the issue of informational security of the educational institution, which includes protecting restricted access information (personal information, commercial secrets, etc.) and safeguarding intellectual property; the development and availability of crisis action plans and algorithms for responding to emergency situations that may involve evacuation, transitioning to remote learning processes, ensuring the safety of staff and students; a communication process that includes providing open and reliable information to the public, students, parents, partners, and the media regarding the university's situation, safety measures, changes in operating procedures, etc.; providing social and psychological support for both students and employees during crisis situations. Therefore, the information policy of a modern higher education institution should be directed not only towards promoting the university among the public and competitiveness but also towards creating an information security environment for all participants of the educational process.*

**Key words:** war, information policy, educational process.