

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ РОБОТА ПРЕССЛУЖБИ ТА ІНФОРМАГЕНЦІЇ



Ступінь освіти	бакалавр
Спеціальність	061 Журналістика
Тривалість викладання	7 семестр (13-14 чверть)
Заняття:	4 год/тиждень
Лекції	2 години на тиждень
Практичні	2 години на тиждень
Мова викладання	українська

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»: <https://do.nmu.org.ua>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – група «Робота пресслужби та інформагенції»

Інформація про викладача:



Гусак Наталя Анатоліївна

Кандидат філологічних наук, доцент кафедри маркетингу

Персональна сторінка:

<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/gusak.php>

E-mail:

husak.n.a@nmu.one

1. Анотація до курсу

Дисципліна «Робота пресслужби та інформагенції» розкриває специфіку професійної діяльності прес-служб (press offices, public affairs units) та інформаційних агентств як ключових інституцій у системі стратегічних комунікацій, публічних відносин та інформаційного менеджменту в реальному часі. Курс знайомить студентів з принципами організації, функціонування, стратегічного планування, кризового реагування, моніторингу медіа, підготовки матеріалів, взаємодії з журналістами, органами влади, бізнесом та громадськістю – від щоденної рутинної роботи до роботи в умовах кризи, війни, політичних кампаній чи корпоративних скандалів. Робота пресслужби та інформагенції розглядається як діяльність, що вимагає високої оперативності, аналітичності, етичної відповідальності, цифрової грамотності та вміння формувати наративи в інтересах організації чи держави.

Студенти отримають уявлення про роль пресслужби як «голосу» організації та посередника між інституцією, медіа та суспільством; навчатися розробляти комунікаційні

стратегії, проводити прес-конференції, готувати прес-релізи, моніторити інформаційне поле, працювати з дезінформацією та кризами; набудуть базових навичок створення контенту (текст, мультимедіа, соцмережі), організації медіа-івентів, брифінгів, бекграундів, спічрайтингу, оцінки ефективності комунікацій. Курс побудовано на студентцентрованому підході з акцентом на симуляції (кризові сценарії, прес-конференції), практичні вправи, кейс-стаді (включаючи український досвід 2022–2026 років: робота прес-служб ЗСУ, уряду, державних органів, медіа під час війни, протидія російській пропаганді), командні проєкти та розвиток стресостійкості, де студент є активним учасником з власним досвідом та інтересами.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання дисципліни «Робота прес-служби та інформагенції» є формування базових компетентностей, практичних навичок та системи знань щодо ефективної, етичної та стратегічної комунікаційної діяльності прес-служб та інформаційних агентств в умовах сучасних медіа, кризових ситуацій та гібридних загроз.

Завдання курсу:

- ознайомити студентів з особливостями роботи пресслужби та інформаційних агентств як професійних інституцій, їхніми функціями (інформування, формування громадської думки, управління репутацією, протидія дезінформації, кризові комунікації) та місцем у системі державного управління, бізнесу та медіа;
- розглянути організаційну структуру пресслужби (моделі, посади: прес-секретар, речник, моніторинг-менеджер тощо), логістику, інструментарій, планування комунікаційних кампаній та тактики роботи в різних типах організацій (державні органи, ЗСУ, корпорації, НГО);
- вивчити принципи безпеки (цифровий захист, фізична безпека в кризах), етичні дилеми (баланс прозорості та конфіденційності, робота з чутливою інформацією, уникнення пропаганди), правові аспекти (закон про доступ до публічної інформації, відповідальність за поширення даних, цензура в умовах воєнного стану) та проблеми дезінформації/пропаганди;
- сформувати базові навички підготовки матеріалів (прес-релізи, брифінги, спічі, пости в соцмережах), проведення прес-конференцій та брифінгів, моніторингу та аналізу медіа, швидкого реагування на кризи, створення мультимедійного контенту з дотриманням стандартів точності, об'єктивності та стратегічної спрямованості.

3. Результати навчання:

- знати технологічний ланцюжок журналістської роботи з інформацією – від збору до поширення;
- знати основні правила взаємодії з працівниками медіа, та методи розповсюдження інформації;
- застосовувати навички взаємодії з різними категоріями респондентів;
- застосовувати правила безпечної поведінки у місцях масового скупчення працівників медіа у зоні конфлікту або в умовах надзвичайної ситуації;
- застосовувати навички зі створення медійного продукту або контенту огляду на посадові інструкції працівника прес-служби;
- давати оцінку конкретній інформації відповідно до аудиторних потреб і очікувань;
- творчо використовувати сучасні сервіси, за допомогою яких створюється відеоконтент.

4. Структура курсу

1. Прес-служби в системі інформаційних відносин

Вступ до навчальної дисципліни. Становлення public relations та пресслужб. Прес-служби в структурі public relations. Сучасний розвиток світового комунікаційного простору. Історія виникнення прес-служб. Становлення прес-служб в Україні. Діяльність прес-служб у суспільстві. Передумови виникнення прес-служб в Україні. Історія розвитку прес-служб органів державної влади. Історія розвитку прес-служб у бізнесструктурах. Історія розвитку прес-служб у некомерційних організаціях. Організаційна модель інформаційної служби. Відділ стратегічних комунікацій (функції). Інформаційно-аналітичний відділ (функції). Прес-служба (напрями діяльності). Відділ зв'язків з регіональними ЗМІ. Прес-служби в системі комунікації. Принципи діяльності та функції пресслужб. Принципи діяльності прес-служб: демократичність та транспарентність; законність та відповідальність; надійність та достовірність; оперативність та актуальність. Функції прес-служб: інформаційно-роз'яснювальна; представницька, комунікативно-регулятивна; реагувальна, упереджувальна. Цілі інформаційної структури. Поділ аудиторій за інтересами. Форми роботи пресслужб. Завдання та функції керівника прес-служби. Принципи роботи прессекретаря та речника. Статус прес-секретаря. Основні напрями діяльності прессекретаря. Функції прес-секретаря.

2. Класифікація сучасних прес-служб.

Системний підхід до організації прес-служби. Види організаційних структур сучасної прес-служби. Кадровий склад прес-служби. Посадові інструкції спеціалістів прес-служби. Специфіка організаційно-штатної структури пресслужби в органах державної влади. Специфіка організаційно-штатної структури прес-служби в комерційних організаціях. Прес-служба у складі інформаційного департаменту установи чи організації. Прес-аташе, прес-бюро, прес-сервісні служби, прес-синдикат, прес-відділ. Прес-служба як структурний підрозділ організації. Загальна модель прес-служби. Діяльність прес-служб органів державної влади та управління. Модель структури прес-служби в органах державної влади. Прес-служба адміністрації Президента України. Положення про прес-службу адміністрації Президента України. Структура та функції прес-служби адміністрації Президента України. Прес-служби центральних органів влади. Діяльність прес-служб органів законодавчої влади. Діяльність прес-служб органів виконавчої влади. Діяльність прес-служб органів судової влади. Регіональні прес-служби та особливості їх роботи. Діяльність прес-служб в обласних радах. Діяльність прес-служб в районних радах. Діяльність прес-служб у бізнесструктурах та некомерційних організаціях. Відмінність прес-служб в державних структурах від прес-служб комерційних організацій. Основні підходи для організації прес-служби у комерційній структурі. Основні завдання та функції прес-служб у бізнесструктурах.

3. Правові та етичні засади діяльності сучасних прес-служб

Правові засади діяльності сучасних прес-служб. Законодавча база функціонування прес-служб. Роль прес-служби в забезпеченні права журналістів на пошук і доступ до інформації. Правовий статус журналістів з огляду на право доступу до інформації. Права та обов'язки журналістів. Прес-служба та інформація з обмеженим доступом. Практика організації акредитації журналістів при пресслужбі. Міжнародні стандарти акредитації журналістів. Тлумачення поняття «акредитація». Міжнародні резолюції щодо процедури акредитації. Принципи акредитації за українською нормативною базою. Закони України щодо акредитації журналістів. Типові правила акредитації журналістів, інших творчих і технічних працівників засобів масової інформації. Етичні принципи роботи прес-служби. Міжнародні етичні кодекси у роботі прес-служби.

4. Форми та методи взаємодії прес-служб з ЗМІ

Класифікація PR-текстів, інформаційна продукція пресслужб. Класифікація PR-текстів за ознакою складності. Підготовка внутрішніх та зовнішніх PR-текстів. Структурні елементи PR-текстів. Базові PR-тексти. Суміжні документи (резюме, інформаційний пакет).

Групи жанрів PR –текстів. Інформаційна група (прес-реліз, запрошення, біографія, факт-лист тощо). Аналітична група (заява для ЗМІ, бекграундер, іміджеві стаття, байлайнер). Художня група (памфлет, нарис, фейлетон та інші види вторинних PR-текстів). Іміджеві, службові та корпоративні документи прес-служби. Прес-реліз як найпоширеніший різновид письмового інформаційного матеріалу, що готує пресслужба. Правила написання прес-релізу. Види пресрелізів. Вимоги до інформації у прес-релізі. Запрошення як один із давніх різновидів PR-тексту. Правила написання запрошення. Бекграундер як жанр PR-тексту. Лист питань-відповідей або «питання-відповідь». Факт-лист. Офіційне, ділове призначення факт-листа. Біографія як жанр PR-тексту, що надає фактичну інформацію про особу. Заява для ЗМІ, моніторинг та огляд преси. 4.3 Система взаємодії пресслужб з представниками засобів масової інформації, організація та проведення заходів за участю ЗМІ. Структурні особливості структурних та іміджевих документів. Положення про прес-службу. Бази даних ЗМІ. Річний звіт. Іміджеві документи (бренд-бук, портфоліо, буклети та брошури про організацію). Прес-конференція. Правила проведення прес-конференції. Підготовка запрошень, анонсів, прес-релізів на проведення заходу. Брифінг як коротка й максимально конструктивна зустріч офіційних осіб. Прес-тур як інформаційний захід для преси, екскурсія, організована для журналістів. Робота прес-клубу. Закордонні поїздки та відвідування об'єктів. Форма роботи прес-служби: “круглий стіл”. Правила проведення “круглого столу”.

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

1. Підготовка презентації відповідно до теми лекції «Становлення public relations та прес-служб»
2. Виконання практичного кейсу відповідно до теми лекції «Прес-служби в системі комунікації»
3. Виконання практичного кейсу відповідно до теми лекції «Організація роботи прес-служби у просторі мережі Інтернет».
4. Виконання практичного кейсу відповідно до теми лекції «Моделі структур прес-служб для різних установ та організацій»
5. Виконання практичного кейсу відповідно до теми лекції «Діяльність прес-служб у некомерційних організаціях», «Інформаційний запит як вид роботи прес-служби»
6. Виконання практичних кейсів відповідно до теми лекції «Групи жанрів PR –текстів», «Прес-реліз як найпоширеніший різновид письмового інформаційного матеріалу»
7. Виконання практичних кейсів відповідно до теми лекції «Система взаємодії прес-служб з інформантами, громадськими організаціями», «Форми роботи пресслужби».

Інформація для студентів заочної форми навчання.

На сайті університету знаходиться графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з викладачем у кількості 6 год лекційних та 4 год практичних занять.

Решту практичних завдань студент опановує самостійно. Виконані завдання практичних занять здаються за 2 тижні до сесії згідно графіку навчального процесу. Умови завдань знаходяться на сторінці курсу на платформі Moodle. Виконання комплексної контрольної роботи для студентів заочної форми навчання є обов'язковим. Підсумкова оцінка за дисципліну дорівнює середньому суми оцінок за контрольну роботу, аудиторні заняття та комплексну контрольну роботу.

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На навчальних заняттях студенти повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти на Office365.

6. Система оцінювання та вимоги

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова шкала	Інституційна шкала
90 – 100	відмінно
75-89	добре
60-74	задовільно
0-59	незадовільно

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за дві контрольні роботи 40 балів (кожна максимально оцінюється у 20 балів та вважається зданою за умови отримання 12 балів), оцінок за роботу та захист практичних (самостійних) завдань (оцінюється 10 занять, участь у занятті максимально може принести здобувачу вищої освіти 6 балів). Отримані бали за контрольні роботи, семінарські/практичні заняття та відвідування занять додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)	Диференційований залік відбувається письмово на платформі Moodle та корпоративної пошти в Office 365. Білет є комплексним та складається з теоретичної та практичної частин. Теоретична частина складається з 30 тестових запитань та 2х відкритих питань та практичного завдання. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 2 бали. Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 10 балів. Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Практичне завдання оцінюється у 20 балів. Максимальна кількість балів за екзамен: 100
Практичні / Семінарські заняття	Панельні вправи, де відпрацьовуються навички індивідуальної та командної роботи. Розгляд та обговорення кейсів (відеокейсів). Захист робіт для самостійного виконання. Максимально оцінюються у 60 балів (10 занять×6 балів/заняття/завдання).
Контрольні роботи	Охоплюють матеріали лекційного курсу. Містять тести та відкриті запитання. Максимально оцінюються у 40 балів (2 контрольні роботи×20 балів/контрольна робота).

6.3. Критерії оцінювання елементів поточного та підсумкового контролю.

6.3.1. Кожна правильна відповідь на тести поточної лекційної контрольної роботи оцінюється у 1 бал. Оцінка з опанування лекційного матеріалу визначається наступним чином (загальна за дві контрольні роботи):

Сума балів	Результати виконання
	Оцінка
36-40 балів	«відмінно»
30-35 балів	«добре»
25-29 балів	«задовільно»
0-24 бали	«незадовільно»

6.3. 2. Критерії оцінювання *завдань*.

Виконання кожного практичного (самостійного) завдання та усний захист звіту про його виконання оцінюється максимум у 6 балів (повнота виконання, презентація результатів завдання, участь у дискусії):

6 балів: презентація з використання мультимедійних засобів, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), наявність письмового звіту, володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

5 балів: презентація з використання мультимедійних засобів, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

4 бали: усна презентація, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом з незначними помилками за сутністю обговорюваних питань.

3 бали: усна презентація, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання) без достатнього володіння навчальним матеріалом, що має стосунок до теми обговорення.

2 бали: усна презентація з певними похибками, наявність письмового звіту з певними похибками, помірна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання) без достатнього володіння навчальним матеріалом, що має стосунок до теми обговорення.

1 бал: наявність письмового звіту, небажання брати участь в дискусії, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

Оцінка за виконання практичних завдань визначається з огляду на суму балів за кожне з них у такий спосіб:

Сума балів	Результати виконання
	Оцінка
54-60 балів	«відмінно»
45-53 балів	«добре»
36-44 бали	«задовільно»
0-35 бали	«незадовільно»

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», та Кодексу академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» <https://surl.li/nleywg>.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на тиждень (щотижня) поштової скриньки на Office365 та відвідування команди дисципліни у Microsoft Teams, платформи дистанційного навчання Moodle.

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту, групу MS Teams, або дистанційну платформу Moodle.

7.3. Політика щодо перескладання

Повторне складання підсумкового контролю з дисципліни, коли студент отримав оцінку «незадовільно» (нижче 60-ти балів), допускається не більше двох разів. Спроби студента виправити оцінку й не допустити академічної заборгованості обмежуються терміном в один місяць після закінчення екзаменаційної сесії. Прийом першої перездачі здійснюється викладачем, який викладав матеріал навчальної дисципліни.

Прийом другої – комісією у складі трьох осіб: викладача, який викладав дисципліну; завідувача кафедри; представника деканату або викладача кафедри. Рішення комісії є остаточним.

У разі підтвердження комісією оцінки «незадовільно» або неявки студента на засідання комісії без поважних причин, комісія сповіщає про це декана факультету (директора інституту) для підготовки наказу ректора про відрахування студента за академічну неуспішність або визначення умов повторного вивчення цієї дисципліни.

Студенти заочної форми навчання повинні ліквідувати академічну заборгованість до початку наступної сесії.

7.4. Відвідування занять

З 24.02.2022 реалізація освітньої діяльності відбувається в умовах правового режиму воєнного стану. Наявна низка небезпек: повітряні тривоги, ризики припинення енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку. Згідно з наказами по університету у 2025-2026 навчальному році освітня діяльність здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання здійснюється з використанням дистанційних технологій через синхронні та асинхронні комунікації.

Відвідування онлайн лекцій та практичних занять реалізується через приєднання до «команди» Microsoft Teams. Під час повітряної тривоги заняття перериваються і продовжуються лише за умов перебування учасників освітнього процесу у захищених приміщеннях. Викладачем (за технічної та безпекової можливості) здійснюється запис заняття для підтримки асинхронного формату навчання.

У випадках відсутності енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку викладачем забезпечується асинхронний формат навчання та комунікація зі здобувачами за допомогою каналів зв'язку, що функціонують.

Про причини неможливості взяти участь в онлайн заняттях, ускладненні доступу до матеріалів на дистанційних платформах НТУ «ДП» тощо здобувач вищої освіти має повідомити викладача в особистих повідомленнях чатів Microsoft Teams, або листом на корпоративну е-пошту НТУ «ДП», або через старосту чи представника адміністрації факультету.

7.4 Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.5. Бонуси

Здобувачі вищої освіти, які беруть участь у конференціях, конкурсах тощо отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

7.6. Участь в анкетуванні

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу: <https://forms.office.com/e/cf7JRhRTbi> та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Робота пресслужби та інформагенції».

8. Методи навчання

Лекційні заняття мають інтерактивний, науково-пізнавальний характер. Застосовуються проблемні, інтерактивні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиткові, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання, лекції-дискусії, технології змішаного навчання.

На практичних заняттях застосовуються наступні методи: кейс-метод, методи аналізу, синтезу, порівняння, ситуаційні завдання, інтерактивні методи, практичні задачі для розв'язання, підготовка презентацій з використанням сучасних програмних засобів,

На заняттях відбуваються дискусії, перегляд й обговорення відео-матеріалів з урахуванням можливості саморозкриття студентами своїх цілей, переваг і здібностей. Використовуються методи мозкового штурму, синектичного штурму, обговорення, підсумовуюче письмове завдання, робота в міні-групах,

9. Рекомендовані джерела інформації

1. Коулман, А. (2023). *Стратегії кризових комунікацій*. Фабула. (Переклад з англійського видання). <https://nashformat.ua/products/strategii-kryzovyh-komunikatsij-929900>
2. Компанцева, Л., Заруба, О., та ін. (2024). *Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практичний посібник*. ВІСТКА. ISBN 978-617-7574-50-6. http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/Book_28-06-2022_web-3.pdf (оновлена версія 2024)
3. Олтаржевський, Д., & Шуранов, М. (2025). Модель управління кризовими корпоративними комунікаціями залежно від типу конфліктної ситуації. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/393039766_Model_of_Crisis_Corporate_Communications_Management_Dependent_on_the_Type_of_Conflict_Situation_at_the_Root_of_the_Crisis
4. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. (2024). *Український досвід стратегічних комунікацій в умовах війни 2022–2024*. Detector Media / ЦСКІБ. <https://detector.media/infospace/article/235146/2024-11-25-vyyshla-knyga-pro-ukrainskyy-dosvid-strategichnykh-komunikatsiy-v-umovakh-viyny>
5. Національна академія СБУ. (2023). *Методологія психологічних операцій: навчальний посібник*. Центр стратегічних комунікацій НА СБУ. <https://nasbu.edu.ua/ua/157-vidannya-centr-strategichnih-komunikacij>
6. Національна академія СБУ. (2023). *Наукове забезпечення стратегічних комунікацій в секторі безпеки і оборони України*. Центр стратегічних комунікацій НА СБУ. <https://nasbu.edu.ua/ua/157-vidannya-centr-strategichnih-komunikacij>
7. Кабінет Міністрів України. (2023). Стратегія комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на період до 2025 року. Розпорядження №1203-р від 22.12.2023. <https://zakon.rada.gov.ua/go/1203-2023-%D1%80>
8. Українська призма. (2023). *Зовнішня політика: Українська призма 2022–2023* (розділ «Стратегічні комунікації»). Prism UA. http://prismua.org/wp-content/uploads/2023/06/UkrainianPrism2022_ukr.pdf
9. GCS (Government Communication Service). (2024). *Crisis communication: A behavioural approach*. UK Government. <https://www.communications.gov.uk/publications/crisis-communication-a-behavioural-approach>
10. Tech Policy Press. (2025). *Ukraine's hard-won approach to strategic communications and counter-disinformation: Lessons for Europe and beyond*.

<https://techpolicy.press/ukraines-hardwon-approach-to-strategic-communications-and-counterdisinformation-lessons-for-europe-and-beyond>

11. Journal of Public Relations Education. (2020–2025). Crisis communication (series of articles post-2020). <https://journalofpreeducation.com/tag/crisis-communication>
12. MDPI. (2024). Media, Public Opinion, and the ICC in the Russia–Ukraine War. *Journalism and Media*. <https://www.mdpi.com/2673-5172/4/3/48>
13. PMC. (2022). The war for Ukraine: reputational security and media disruption. *Place Branding and Public Diplomacy*. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9579663/>
14. Фонд Фрідріха Еберта. (2022). *Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій* (оновлено 2024). http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/Book_28-06-2022_web-3.pdf
15. НАДС. (2025). Посібник про відповідальне використання штучного інтелекту публічними службовцями (розділ про комунікації). <https://nads.gov.ua/news/prezentovano-posibnyk-pro-vidpovidalne-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-publichnymy-sluzhbovtsiamy>
16. Public Affairs Council. (2022–2025). What the Invasion of Ukraine Means for Public Affairs. <https://pac.org/impact/invasion-ukraine-means-public-affairs>
17. U.S. Department of State. (2021–2025). Ukraine Partnership Series: Public Affairs & Strategic Communications. <https://2021-2025.state.gov/ukraine-partnership-series>