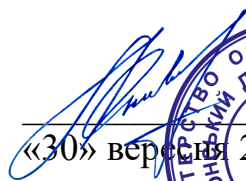


*Міністерство освіти і науки України
Херсонський державний університет*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор Херсонського державного університету


Олександр СПІВАКОВСЬКИЙ
«30» вересня 2025 р.



*Звіт про роботу Пресцентру
за 2024-2025 н.р.*

Івано-Франківськ – 2025

Робота Пресцентру відбувається згідно Положення про Пресцентр Херсонського державного університету, затвердженого у 2014 році.

25 серпня 2023 року вченою радою вперше була затверджена Комунікаційна стратегія Херсонського державного університету. Її розроблено в межах проєкту підтримки переміщених ЗВО, що реалізується Програмою ім. Фулбрайта в Україні за фінансової підтримки Посольства США в Україні.

Свою роботу відділ проводить відповідно до Комунікаційної стратегії Херсонського державного університету. Завдання Комунікаційної стратегії дотичні до завдань інших напрямів Стратегії розвитку Херсонського державного університету на 2023-2027 роки через необхідність інформувати про діяльність та популяризувати університет як серед учасників освітнього процесу, так і суспільства в цілому.

Комунікаційна складова роботи ХДУ та Пресцентру за результатами моніторингового звіту

У 2024-2025 роках Херсонський державний університет пройшов моніторинг інституційної спроможності релокованих закладів освіти України, виконаний «Міжнародним фондом досліджень освітньої політики» за ініціативи Міністерства освіти і науки України. Був проведений моніторинг 35 переміщених закладів (за виключенням військових ЗВО).

Критерії моніторингу враховували:

- наявність та якість стратегії розвитку;
- спектр і якість зав'язків ЗВО з оточенням, зокрема зі стейкхолдерами;
- статус акредитації комплексу освітніх програм;
- результати вступних кампаній;
- працевлаштування випускників;
- рівень інтернаціоналізації ЗВО.

Результати моніторингового звіту оприлюднені на порталі <https://pzvo.edupolicy.org.ua/>. Зокрема, у звіті йдеться:

«Лише окремі ЗВО мають сталі й дієві політики у сфері комунікацій (наприклад, серед державних ЗВО — МДУ, ХДУ, БДПУ, серед приватних — “Метінвест політехніка”»).

«У серпні 2023 року було ухвалено окрему Комунікаційну стратегію ХДУ, що стала логічним продовженням стратегічних підходів до публічної взаємодії. Стратегія фіксує необхідність якісної внутрішньої комунікації та ефективної зовнішньої взаємодії з цільовими аудиторіями — суспільством, органами влади, місцевим самоврядуванням, партнерами, міжнародною спільнотою. Документ містить всі базові компоненти: визначення цілей і цільових груп, ключові повідомлення, канали комунікації, принципи взаємодії. Стратегія передбачає посилення інформаційної присутності, роботу з репутацією, підтримку бренду університету в умовах гібридного функціонування між Івано-Франківськом та прифронтовим Херсоном. Особливу увагу приділено адаптації до воєнних реалій, збереженню цілісності університетської спільноти та оновленню

змісту публічної комунікації з урахуванням нових сенсів і викликів. Стратегія також взаємоузгоджена з чинним Стратегічним планом розвитку на 2023–2027 роки, в якому комунікації визначені як одна з опорних складових іміджу, стійкості та конкурентоспроможності ХДУ».

«Університет демонструє високий рівень впорядкованості та цифрової присутності в інформаційному просторі, що відповідає сучасним вимогам до комунікації закладу вищої освіти.

Офіційний сайт університету (<https://www.kspu.edu/>) є функціональним, структурованим, регулярно оновлюється й охоплює всі ключові аспекти діяльності ЗВО. Представлено повний спектр інформації про вступ, освітні програми, наукову діяльність, структурні підрозділи, міжнародну співпрацю, нормативну базу. Для абітурієнтів функціонує окремий інформаційний блок “Вступнику”, що має ознаки мікросайту та підтримує логіку користувацького досвіду.

Особливістю цифрового середовища ХДУ є наявність внутрішньої інформаційної системи, яка забезпечує доступ до актуальної інформації для викладачів і студентів.

Окрім офіційного сайту, активно використовуються окремі сторінки та сервіси (підсайти) структурних підрозділів — пресцентру, приймальної комісії, департаменту міжнародного співробітництва, профспілки тощо.

Університет має стійку й цілеспрямовану присутність у соціальних мережах, зокрема:

- **Facebook** (понад 4400 підписників),
- **Instagram** (понад 3600 підписників),
- **Telegram** (канал для публічної активності),
- **YouTube** (1850 підписників, понад 1500 відео, 444 тис. переглядів).

Контент системно оновлюється та відображає основні події університетського життя, профорієнтаційні кампанії, студентські ініціативи, досягнення викладачів, а також комунікацію під час переміщення університету. Комунікація в соціальних мережах відрізняється контекстуальною доречністю, зваженим візуальним стилем і дотриманням єдиного інформаційного наративу, що узгоджується з брендбуком»

Варто відзначити збалансований підхід до каналів комунікації, що дозволяє університету ефективно взаємодіяти з різними аудиторіями — вступниками, студентами, стейкхолдерами, місцевими громадами, міжнародними партнерами.

Університет активно використовує мультимедійні формати, інфографіку, відео, історії успіху, що підсилюють залучення цільових аудиторій і сприяють розбудові сталого цифрового іміджу».

Напрями комунікаційної роботи Пресцентру

Протягом 2024-2025 року Пресцентром ХДУ регулярно висвітлювалися події університетського життя: конференції, зустрічі, круглі столи, форуми, благодійні й культурно-мистецькі заходи, випускна та вступна кампанії тощо.

Робота над новинним розділом сайту не припинялася ні на день. Особлива увага приділялася діяльності органів студентського самоврядування, участі університетської

спільноти у важливих громадських подіях, спільних проєктах з органами влади різного рівня у Херсонській та Івано-Франківській областях.

Пресцентр активно співпрацював з університетським відділами та службами. Завдяки чому щоденно на офіційному сайті оперативно розміщувалися матеріали про факультети, відділи.

Сайт регулярно висвітлює всі події, які відбуваються в університеті, інформує про особливості організації освітнього процесу, міжнародну діяльність, цифровізацію, розповідає про новини факультетів, про участь науковців та здобувачів у конференціях та інших заходах, багато матеріалів присвячені патріотичній позиції учасників освітнього процесу та їх творчості та здобуткам.

Активно висвітлювався перебіг тижнів очного навчання, які були запроваджені у звітному навчальному році і відбувались двічі за навчальний рік на кожному факультеті, проходили на базі івано-франківського офісу ХДУ.

Пресцентр продовжує співпрацю з місцевими та всеукраїнськими ЗМІ:

усеукраїнськими: «Укрінформ», «Освіта України»; регіональними: «Новий день», «Вгору», «Український південь», «МОСТ», «Гривна»; телеканалами: «Суспільне», «5 канал», «Український південь», «Херсон +». Встановлені партнерські взаємовідносини з Івано-Франківськими ЗМІ: «Вежа», «Канал 402», Івано-Франківське обласне телебачення «Галичина».

Пресцентр здійснював постійний внутрішній і зовнішній медіамоніторинг присутності ХДУ в інформаційному просторі. Це дозволяло враховувати оперативні дані й системно бачити поточну ситуацію та, спираючись на факти, реагувати на неї.

Моніторинг присутності ХДУ в інфопросторі

Місяць	Сайт	Онлайн видання	Соц-жі ХДУ	Сюжети/ ролики	Сюжети/ ролики ХДУ	Коментарі
Вересень 2024	72	17	97	1	3	1
Жовтень	107	15	140	0	3	0
Листопад	92	19	113	2	3	2
Грудень	60	20	75	0	1	0
Січень 2025	26	27	53	2	1	0
Лютий	67	24	95	0	2	0
Березень	67	12	110	0	1	0
Квітень	85	17	127	0	3	0
Травень	109	19	130	4	0	4
Червень	69	15	126	0	2	0
Липень	36	20	67	3	2	3
Серпень	47	14	87	0	2	0
Загалом	837	219	1120	12	23	10

Протягом звітного періоду було внесено пропозиції до модернізації сайту ХДУ, що сприяло збільшенню кількості перегляду новин.

Також вносилися пропозиції до проєкту Концепції профорієнтаційної роботи ХДУ, яка була згодом затверджена на засіданні вченої ради університету.

Серед основних комунікаційних меседжів, які просувались у звітний період в інформаційний простір:

- «ХДУ - надає якісну доказову освіту»;
- «ХДУ демонструє не лише стійкість, а постійно розвивається та планує повернення, як тільки цього буде дозволяти безпекова ситуація»;
- «ХДУ має унікальні цифрові платформи – KSUonline (контент) та KSU24 (адміністрування), які фактично забезпечують формат університету у смартфоні»;
- «ХДУ - відкритий для всіх, але зберігає херсонську ідентичність»;
- «ХДУ формує компліментарні, а не конкурентні відносини в освітній екосистемі Прикарпаття, є надійним міжнародним партнером».

Пресцентр посилив видачу власного унікального цікавого контенту, який із задоволенням підхоплюють як релоковані місцеві ЗМІ, так й всеукраїнські та зарубіжні ЗМІ.

Також нашими партнерами стали ЗМІ Івано-Франківська та сайт Карпатського національного університету імені Василя Стефаника, на базі якого зараз працює Херсонський державний університет.

У звітний період для посилення присутності ХДУ у інформаційному просторі акцент зроблено на збільшенні присутності у соцмережах, популяризації бренду ХДУ, проведення профорієнтаційної роботи.

Спільно з прийнятною комісією та гуманітарним відділом розроблялись та розповсюджувались інформаційні повідомлення щодо роз'яснення нюансів вступної кампанії.

Керівниця Пресцентру Оксана Казакова входить до складу робочих груп у міжнародних проєктах DigiUni – Open Ukrainian Initiative, який реалізується в рамках програми ЄС «Еразмус+», де Херсонський державний університет відповідає за дисемінацію всього проєкту, та «Academies4Ukraine. Посилення стійкості вищої освіти в Україні та Європейському Союзі».

Херсонський державний університет впевнено залишається лідером і має найбільшу активність у ЗМІ на Херсонщині. Також постійно присутній у медіа Івано-Франківська.

Кадровий потенціал Пресцентру

Пресцентр ХДУ є відділом, у штаті якого станом на 24.02.2022 року налічувалось 6 працівників, які працювали на 7,3 ставки. Після початку повномасштабного вторгнення та на даний час Пресцентр налічує 3 ставки (припинено сумісництво 2-х осіб), 2 працівника знаходяться на простої, 1 – у відпустці без збереження заробітної плати. Команда відділу демонструє патріотичність, дружність та працює злагоджено у дистанційному форматі.

Співробітники Пресцентру підвищували свої компетентності, зокрема з використання можливостей ШІ, в зимній та літній сесіях Університетської школі професійного розвитку ХДУ.

Продовжилася співпраця Пресцентру з факультетом української й іноземної філології та журналістики, зокрема студентами-журналістами. Адже саме він надає можливість отримати практичний досвід у реальних умовах медіапростору. Практика в прес-центрі дозволяє здобувачам освіти не лише покращити свої професійні навички, але й отримати розуміння реальних вимог та викликів журналістської діяльності, вдосконалити комунікаційні здібності, навички роботи з медіа-технологіями та розвинути власний стиль роботи.

Університет повноцінно представлено у найпопулярніших соціальних мережах:

Facebook (<https://www.facebook.com/khersonstateuniversity>),

Instagram (https://www.instagram.com/kherson_state_university/?hl=ru),

Telegram (<https://t.me/ksuniver>),

YouTube (<https://www.youtube.com/c/KSU1917>).

LinkedIn (LinkedIn ХДУ).

Активним дописувачем соціальної мережі Фейсбук є ректор Херсонського державного університету Олександр Співаковський. Пости є офіційним джерелом інформації про ХДУ та користуються популярністю у користувачів.

Керівниця Пресцентру ХДУ



Оксана КАЗАКОВА

30.09.2025