

## **ЗВІТ**

### **про роботу постійної комісії з інформаційної та медійної діяльності за червень 2025 – червень 2026 рр.**

Упродовж звітнього періоду постійна комісія з інформаційної та медійної діяльності працювала відповідно до затвердженого календарного плану, зосередивши увагу на аналізі та розвитку комунікаційного середовища Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Основним напрямом роботи комісії стало систематичне вивчення функціонування інформаційної політики університету, що зумовило особливу увагу до діяльності відділу комунікацій та брендингу як ключового суб'єкта інформаційного простору ЧНУ.

#### ***1. Організаційна робота.***

Відбулося оновлення складу комісії, що сприяло активізації її діяльності та виробленню рекомендацій щодо вдосконалення інформаційної політики.

#### ***2. Проведення засідань.***

Комісія провела три заплановані засідання (грудень 2025 р., березень 2026 р., червень 2026 р.), на яких обговорювалися результати роботи, пропонувалися ініціативи й надавалися рекомендації щодо вдосконалення інформаційної та медійної політики університету.

#### ***3. Аналіз інформаційної діяльності університету.***

Систематично здійснювався аналіз інформаційної діяльності Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. При цьому предметом аналізу були кількісні показники інформаційної активності, а головне – ефективність комунікаційних практик, їх відповідність стратегічним завданням розвитку університету, сучасним тенденціям цифрової комунікації та потребам основних цільових аудиторій.

Упродовж звітнього періоду інформаційна та медійна діяльність Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича була спрямована на забезпечення відкритості діяльності університету, розвиток ефективної комунікації з внутрішньою та зовнішньою аудиторіями, популяризацію освітніх і наукових досягнень, а також зміцнення суспільної довіри до університету та його академічної репутації.

Аналіз проведеної роботи засвідчує, що комунікаційна політика університету набуває дедалі більш системного та стратегічного характеру. Її основу становить оперативне висвітлення подій і, що надзвичайно важливо, цілеспрямоване формування сучасного інформаційного простору, який забезпечує постійну взаємодію з різними категоріями аудиторії та сприяє утвердженню позитивного іміджу університету на всеукраїнському й міжнародному рівнях.

Одним із найважливіших напрямів діяльності залишається розвиток цифрової комунікаційної екосистеми університету. Офіційний вебсайт і сторінки у Facebook, Instagram, TikTok, Threads, YouTube, Telegram та інших цифрових

сервісах забезпечують багатоканальне поширення інформації та стабільний зв'язок із студентами, викладачами, випускниками, абітурієнтами й широкою громадськістю. Позитивна динаміка кількості підписників і високий рівень активності користувачів свідчать про ефективність обраної моделі цифрової комунікації та успішне освоєння сучасних інформаційних платформ.

Важливо, що цифрові ресурси університету дедалі більше виконують комунікативну функцію, забезпечуючи двосторонню взаємодію з різними категоріями користувачів та оперативне реагування на їхні інформаційні запити. Саме така модель відповідає сучасним принципам відкритості й публічної відповідальності університетської спільноти.

Принципово важливою тенденцією став поступовий перехід від традиційного інформаційного супроводу до створення власного якісного медійного продукту. Реалізація відеопроєктів «Наукові горизонти ЧНУ» та «Більше про твій ЧНУ», серії інтерв'ю з науковцями й викладачами, створення історичних фотоколажів, реалізація інформаційного проєкту «150 фактів про ЧНУ», підготовка відеопривітань та інших мультимедійних матеріалів засвідчують формування власного комунікаційного стилю університету, орієнтованого і на інформування, і на створення якісного суспільно значущого контенту.

Особливої уваги заслуговує системна робота із залучення студентської молоді до розвитку інформаційного простору університету. Формування та розширення мережі інформантів, діяльність команди амбасадорів, організація їхнього навчання й залучення до створення сучасного медійного контенту сприяють не лише оперативному висвітленню університетського життя, а й формуванню нової культури внутрішньої комунікації, розвитку творчих компетентностей студентів та їхньої активної участі у формуванні бренду університету.

Важливим складником інформаційної політики стала комплексна профорієнтаційна діяльність, яка поєднує традиційні та інноваційні форми роботи. Проведення Днів відкритих дверей, реалізація проєкту «Університет вихідного дня», діяльність мережі амбасадорів, використання Telegram-платформ, чат-ботів, таргетованої реклами, інтерактивних форматів комунікації та сучасних цифрових технологій дозволяють ефективно взаємодіяти з потенційними вступниками й забезпечувати широке представлення освітніх можливостей університету.

Окремий напрям діяльності – інформаційний супровід підготовки до відзначення 150-річчя Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Розроблення ювілейної айдентики, створення тематичних інформаційних проєктів, редакційна підготовка ювілейних видань, реалізація масштабної мультимедійної кампанії та популяризація історичної спадщини університету сприяють посиленню його публічної впізнаваності та формуванню сучасної культурної й академічної ідентичності.

#### ***4. Моніторинг публікацій у ЗМІ.***

Комісією регулярно відстежувалися публікації в медіа, що стосуються діяльності університету. Зокрема, аналізувалися матеріали в місцевих, регіональних і національних виданнях, а також публікації в онлайн-просторі.

#### **5. Аналіз соцмереж і факультетських ресурсів.**

Оцінено активність університетських сторінок у соціальних мережах (березень–квітень 2026 р.) та інформаційне наповнення сторінок факультетів і навчально-наукових інститутів (травень–червень 2026 р.). Виявлено нерівномірність у частоті та якості оновлень, рекомендовано розробити уніфіковані підходи до ведення інформаційних ресурсів.

#### **Загальний висновок.**

Результати проведеної роботи дають підстави констатувати низку позитивних тенденцій. Насамперед ідеться про стабільне зростання цифрової присутності університету, розвиток власного мультимедійного виробництва, активне залучення студентства до інформаційної діяльності, підвищення ефективності профорієнтаційної комунікації, використання сучасних інструментів цифрового маркетингу та зміцнення взаємозв'язку між інформаційною діяльністю і стратегічними завданнями розвитку університету.

Разом із тим сучасні виклики визначають необхідність подальшого вдосконалення комунікаційної політики. Пріоритетними напрямками наступного етапу мають стати розширення міжнародної інформаційної присутності університету, розвиток англomовного контенту, активніше використання сучасних мультимедійних форматів, упровадження інструментів цифрової аналітики та подальший розвиток студентських комунікаційних ініціатив і створення цифрових архівів історико-культурної спадщини університету.

Крім того, особливо перспективним видається посилення культурно-просвітницької місії університетських медіа. Йдеться не лише про висвітлення поточних подій, а й про системне створення науково-популярного, історичного та культурологічного контенту, який популяризує українську науку, освіту й культуру, формує суспільний інтерес до інтелектуальних цінностей та утверджує університет як впливовий центр духовного й культурного життя регіону.

Отже, стратегічною тенденцією розвитку інформаційної та медійної діяльності Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича є поступовий перехід від моделі інформаційного супроводу до моделі активного формування власного медійного простору. Саме такий підхід забезпечує зміцнення академічної репутації університету, популяризацію науки й освіти, розвиток суспільного діалогу та утвердження Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича як одного з провідних науково-освітніх і культурних центрів України.

Інформаційна та медійна діяльність сучасного університету дедалі більше виходить за межі суто інформаційного супроводу й стає невід'ємним складником реалізації його академічної та суспільної місії. Йдеться не так про поширення інформації, як про формування простору довіри, популяризацію науки й освіти,

розвиток інтелектуальної культури суспільства та зміцнення ролі університету як авторитетного наукового, освітнього й культурного центру України.

Голова комісії  
з інформаційної та медійної діяльності  
Вченої ради Чернівецького національного  
університету імені Юрія Федьковича



Володимир АНТОФІЙЧУК

*12 червня 2026 р.*