

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Навчально-науковий інститут журналістики

Кафедра редакційно-видавничих технологій і продюсування



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Заступник директора

з навчальної роботи

Владислав МИХАЙЛЕНКО

2026 року

**ПРОГРАМА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ
«ЯКІСТЬ КОНТЕНТУ ДЕРЖАВНИХ МЕДІА
В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ»**

Галузь знань

В «Культура, мистецтво та гуманітарні науки»
(підрозділ «Медіа»)

Цільова група

Працівники суб'єктів у сфері медіа державної форми
власності (журналісти, редактори, контент-менеджери,
видавничі редактори, SMM-фахівці, відеопродюсери)

Обсяг програми

2 кредити ЄКТС (60 годин)

Форма навчання

змішана (очна + дистанційна)

Строки реалізації

25 серпня — 19 вересня 2026 року

Мова навчання та оцінювання

українська

Форма підсумкового контролю

залік

Викладачі:

Пролонговано: на 2027/2028 н.р. _____ (_____) «__» _____ 20____ р.

на 20____/20____ н.р. _____ (_____) «__» _____

20____ р.

КИЇВ – 2026

1. Мета програми

формування практичних компетентностей у працівників державних медіа для створення достовірного, доступного та ефективного медіаконтенту в умовах гібридної війни. Журналісти та редактори державних медіа стикаються з безпрецедентним тиском: стрімке поширення фейків, FIMI-кампанії, маніпуляції з ШІ-генерованим контентом вимагають нових компетентностей — технічних, аналітичних та етичних. У цих умовах підвищення якості контенту державних медіа є складником інформаційної безпеки держави, забезпечення довіри до публічних інституцій та ефективної взаємодії з громадянами. Програма відповідає вимогам Закону України «Про медіа» та реальним запитам редакцій державних мовників і інформаційних агентств.

2. Попередні вимоги до участі в програмі підвищення кваліфікації

- фахова передвища або вища освіта;
- досвід роботи у медіасфері від 1 року;
- базові навички роботи з цифровими інструментами та інтернет-сервісами;
- володіння навичками підготовки медіаматеріалів у будь-якому форматі.

3. Анотація програми

Програма підвищення кваліфікації «Якість контенту державних медіа в умовах гібридної війни» призначена для практикуючих медіафахівців державного сектору. Курс побудований за принципом поступового нарощування компетентностей — від стратегічного рівня до прикладних навичок.

Програма складається з чотирьох тематичних модулів і завершується індивідуальними консультаціями за результатами навчання:

- Модуль 1. Комунікаційна стратегія державних медіа
- Модуль 2. Достовірність контенту і протидія інформаційним загрозам
- Модуль 3. Цифрові інструменти, ШІ та платформна адаптація контенту
- Модуль 4. Доступність та інклюзивність медіакомунікацій
- Модуль 5. Індивідуальні консультації за результатами курсу

Очні заняття проводяться за адресою: вул. Юрія Іллєнка, 36/1, Київ, 02000. Приміщення доступне для осіб з інвалідністю та особливими освітніми потребами (пандуси, ліфти, інклюзивна вбиральня). Наявне укриття місткістю 1000 осіб. Дистанційні заняття — Zoom, Google Meet, Google Classroom.

4. Завдання (навчальні цілі)

- сформулювати розуміння принципів побудови та реалізації комунікаційної стратегії в державних медіа;
- навчити застосовувати інструменти фактчекінгу та верифікації інформації у щоденній редакційній практиці;
- розвинути здатність розпізнавати FIMI-кампанії, маніпулятивний контент і мову ворожнечі та протидіяти їм;
- опанувати ефективне використання інструментів ШІ для створення та редагування контенту з критичною оцінкою результатів;
- навчити адаптувати контент для різних платформ з урахуванням принципів доступності та інклюзивності;

- забезпечити дотримання редакційних стандартів і етичних норм у кризових ситуаціях;
- навчити оцінювати ефективність контенту на основі цифрових метрик та адаптувати комунікаційну стратегію.

5. Результати навчання за програмою

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми, методи і технології викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумк. оцінці
Код	Результат навчання			
Знати				
1.1	принципи комунікаційної стратегії, брендингу та «єдиного голосу» установи в державних медіа	Дист. заняття; Сам. робота	Залік	10%
1.2	стандарту якості контенту, редакційні протоколи та етичні норми державних медіа	Очні заняття; Дист. заняття	Залік	5%
1.3	методологію фактчекінгу та інструменти верифікації; ознаки FIMI-кампаній і мови ворожнечі	Очні заняття; Дист. заняття	Залік	10%
1.4	можливості та обмеження інструментів ІІІ в редакційній роботі; основи кібербезпеки	Очні заняття; Дист. заняття	Залік	5%
1.5	принципи plain language, легкої мови, доступності та інклюзивності медіакомунікацій	Очні заняття; Сам. робота	Залік	5%
Вміти				
2.1	розробляти та впроваджувати елементи комунікаційної стратегії редакції, зокрема tone of voice та гайдлайни	Очні заняття; Сам. робота	Залік	10%

2.2	застосовувати інструменти фактчекінгу у щоденній редакційній практиці	Дист. заняття; Сам. робота	Залік	10%
2.3	розпізнавати маніпуляції, мову ворожнечі, FIMI-впливи і реагувати на інформаційні кризи	Дист. заняття; Сам. робота	Залік	5%
2.4	ефективно використовувати інструменти ІІІ для створення й редагування контенту з критичною оцінкою результатів	Очні заняття; Сам. робота	Залік	10%
2.5	адаптувати контент для різних платформ та оцінювати його ефективність за цифровими метриками	Очні заняття; Сам. робота	Залік	10%
2.6	редагувати медіатексти з урахуванням принципів доступності, plain language та інклюзивності	Очні заняття; Сам. робота	Залік	10%
Комунікація				
3.1	обмінюватися інформацією у професійних цифрових середовищах; презентувати результати навчання засобами мультимедіа	Дист. заняття; Сам. робота	Залік	10%
3.2	аргументовано обстоювати редакційну позицію, дотримуючись етичних норм і стандартів	Очні заняття; Сам. робота	Залік	5%
Автономність та відповідальність				
4.1	самостійно опановувати нові цифрові інструменти та адаптуватися до змін медіасередовища	Сам. робота	Залік	10%
4.2	ухвалювати самостійні редакційні рішення, дотримуючись етичних норм та відповідальності перед аудиторією	Сам. робота	Залік	5%

6. Співвідношення результатів навчання програми з очікуваними результатами навчання

Результати навчання програми (код) Очікувані результати навчання (назва)	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1
ОРН-1. Розуміти засади комунікаційної стратегії та принципи публічних комунікацій в умовах гібридних загроз.	+		+			+						
ОРН-2. Застосовувати методологію фактчекінгу, верифікації та протидії дезінформації.			+			+	+					
ОРН-3. Використовувати інструменти ІІІ та платформну аналітику у редакційній роботі з критичною оцінкою результатів.				+					+	+		
ОРН-4. Забезпечувати доступність та інклюзивність медіаконтенту відповідно до принципів plain language.					+						+	
ОРН-5. Дотримуватися редакційних стандартів, етичних норм та вимог законодавства у сфері медіа.		+				+						+

7. Схема формування оцінки

Контроль знань слухачів здійснюється за модульно-рейтинговою системою. Впродовж курсу 65 % відведено на аудиторне навчання (очне + дистанційне + індивідуальні консультації), 35 % — на самостійну роботу.

7.1. Форми оцінювання слухачів

Оцінювання за роботу на заняттях, виконання самостійних робіт — 80 балів. Підсумкове оцінювання у формі заліку — макс. 20 балів (захист підсумкової презентації).

Умови допуску до заліку.

Успішне виконання самостійних робіт за всіма модулями.

Для допуску до заліку слухач має набрати впродовж курсу:

не менше 40 балів (рекомендований мінімум — 48 балів);

максимально — 80 балів.

Під час складання заліку слухач може отримати максимально 20 балів, мінімально — 12 балів.

Максимальна кількість балів з програми — 100 балів.

7.2. Організація оцінювання

Програма поділена на чотири модулі («Комунікаційна стратегія державних медіа», «Достовірність контенту і протидія інформаційним загрозам», «Цифрові інструменти, ШІ та платформна адаптація контенту», «Доступність та інклюзивність медіакомунікацій»). Контроль здійснюється за системою ЄКТС, яка передбачає дворівневе оцінювання: **оцінювання теоретичної підготовки** — результати навчання (знання 1.1–1.5), що становить 30 % від загальної оцінки, та **оцінювання практичної підготовки** — результати навчання (вміння 2.1–2.6; комунікація 3.1–3.2; автономність та відповідальність 4.1–4.2), що становить 70 % загальної оцінки.

Усі матеріали та завдання завантажуються в Google Classroom. Слухачі завантажують виконані роботи в зазначені терміни.

Оцінювання за модулями:

	М-1	М-2	М-3	М-4	Залік	Підсумкова оцінка
Мінімум	9	14	14	11	12	60
Максимум	16	23	23	18	20	100

Модуль	Вид роботи	Бали	
		Мін.	Макс.
М-1. Комунікаційна стратегія державних медіа (макс. 16 б.)	Робота на аудиторних заняттях (2 заняття)	2 б.×2=4 б.	3 б.×2=6 б.
	Самостійна робота 1	4 б.	10 б.

М-2. Достовірність контенту і протидія інформаційним загрозам (макс. 23 б.)	Робота на аудиторних заняттях (4 заняття)	2 б.×4=8 б.	3 б.×4=12 б.
	Самостійна робота 2	4 б.	11 б.
М-3. Цифрові інструменти, ШІ та платформна адаптація контенту (макс. 23 б.)	Робота на аудиторних заняттях (4 заняття)	2 б.×4=8 б.	3 б.×4=12 б.
	Самостійна робота 3	4 б.	11 б.
М-4. Доступність та інклюзивність медіакомунікацій (макс. 18 б.)	Робота на аудиторних заняттях (2 заняття)	2 б.×2=4 б.	3 б.×2=6 б.
	Самостійна робота 4	4 б.	12 б.
Залік (макс. 20 б.)	Підсумкова презентація «Мій редакційний план якості»	12 б.	20 б.

Заліковою роботою слухача є підсумкова презентація «Мій редакційний план якості» (у Microsoft PowerPoint або ін.) — не більше 10 слайдів.

У презентації слід підсумувати здобуте в кожному модулі:

- аналіз поточного стану якості контенту власної редакції (3–5 проблемних зон);
- конкретні рекомендації та заходи для кожної зони;
- план впровадження — строки, відповідальні, показники результативності;
- самооцінку здобутих компетентностей.

Презентація повинна мати такі розділи:

- титульний слайд (Підсумкова робота «Мій редакційний план якості», ПІБ слухача);
- Розділ 1. Результати М-1;
- Розділ 2. Результати М-2;
- Розділ 3. Результати М-3;
- Розділ 4. Результати М-4;
- Висновки.

Презентацію слухач завантажує в Google Classroom за день до заліку.

Максимальна кількість балів за залік — **20**.

Вимоги до самостійних робіт

М-1. Комунікаційна стратегія державних медіа

Самостійна робота «Аналіз та розроблення комунікаційної стратегії» (із наданням письмового тезового висновку щодо якості роботи).

Слухачі на основі вивченого матеріалу:

- оцінюють актуальну версію комунікаційної стратегії власної редакції;
- на основі знань про конкурентне середовище, аудиторію та інших даних розробляють комунікаційну стратегію власної редакції (тези — до 2 сторінок).

М-2. Достовірність контенту і протидія інформаційним загрозам

Самостійна робота «Фактчекінг визначеного матеріалу з поданням звіту» (із наданням письмового тезового висновку щодо якості роботи).

Слухачі:

- обирають реальний медіаматеріал і проводять його повний фактчекінг;
- подають звіт: виявлені проблеми, використані інструменти верифікації, рекомендації (до 1,5 сторінки).

М-3. Цифрові інструменти, ШІ та платформна адаптація контенту

Самостійна робота «Підготовка матеріалу у трьох форматах для різних платформ із використанням ШІ» (із наданням письмового тезового висновку щодо якості роботи).

Слухачі:

- готують один медіаматеріал для сайту, соціальної мережі та відеоплатформи з використанням ШІ-інструментів;
- надають короткий самоаналіз застосованих підходів.

М-4. Доступність та інклюзивність медіакомунікацій

Самостійна робота «Адаптація обраного медіатексту за принципами доступності» (із наданням письмового тезового висновку щодо якості роботи).

Слухачі:

- обирають медіатекст і редагують його за принципами plain language та інклюзивності;
- подають оригінал і відредагований варіант із поясненням змін (до 1 сторінки).

7.3. Шкала відповідності оцінок:

Відмінно / Excellent	90–100
Добре / Good	75–89
Задовільно / Satisfactory	60–74
Незадовільно / Fail	0–59
Зараховано / Passed	60–100
Не зараховано / Fail	0–59

8. Структура програми підвищення кваліфікації. Тематичний план занять і самостійної роботи

№ з/п	Тема заняття	Дата	Очні год.	Дист. год.	С. р.	Інд. конс.
Модуль 1. Комунікаційна стратегія державних медіа <i>Викладачі: Крайнікова Т., Зелінська А. Обсяг: 9 год.</i>						
1	Суть та функціонування комунікаційної стратегії в державних	25.08 (вт) Крайнікова	0	2	0	0

	медіа. Корисність контенту в розрізі журналістики рішень та партисипативної журналістики. Розроблення та впровадження внутрішніх комунікаційних стандартів. Етичні стандарти публічних комунікацій.					
2	Брендинг інституції: айдентика, tone of voice, гайдлайни. Принцип «єдиного голосу» установи та робота з офіційними джерелами.	26.08 (ср) Зелінська	0	2	0	0
3	<i>Сам. роб. 1.</i> Розроблення комунікаційної стратегії редакції медіа.	27–28.08 (чт–пт) Крайнікова — 2 год., Зелінська — 3 год.	0	0	5	0
Модуль 2. Достовірність контенту і протидія інформаційним загрозам <i>Викладачі: Романюк А. Обсяг: 13 год.</i>						
4	Стандарти якості контенту в державних медіа. Методологія верифікації інформації. Поняття інформаційного вакууму та інформаційного хаосу.	31.08 (пн) Романюк	2	0	0	0
5	Фактчекінг: сучасні інструменти верифікації. Виявлення різних типів дезінформації та реагування на FIMI-впливи.	01.09 (вт) Романюк	0	2	0	0
6	Фейкові «офіційні» документи як інструмент дезінформації: маркери підробки та верифікація. Дипфейки офіційних осіб і стратегії перевірки згенерованих відео.	02.09 (ср) Романюк	0	2	0	0
7	Реагування на інформаційні кризи та проведення кризових Q&A. Узгодження комунікацій у кризових ситуаціях. Медіаграмотність як складник публічних комунікацій. Робота з негативними реакціями аудиторії.	03.09 (чт) Романюк	0	2	0	0

8	Сам. роб. 2. Фактчекінг визначеного матеріалу з поданням звіту.	04.09 (пт) Романюк	0	0	5	0
Модуль 3. Цифрові інструменти, ШІ та платформна адаптація контенту Викладачі: Грозна О., Рижко О., Ситник О. Обсяг: 14 год.						
9	Використання технологій штучного інтелекту в журналістській та редакційній діяльності. Людський контроль у роботі з ШІ-контентом. Кібербезпека та захист персональних даних.	07.09 (пн) Ситник	2	0	0	0
10	Платформна специфіка контенту: формати, структура, візуальні рішення. Адаптація одного повідомлення під різні канали комунікації.	08.09 (вт) Грозна	0	2	0	0
11	Емоційний складник медіаконтенту: баланс інформативності, довіри та впливу. Доречність гумору та неформальних елементів у публічних комунікаціях.	09.09 (ср) Рижко	0	2	0	0
12	Платформна аналітика: оцінювання ефективності контенту за даними. Показники залучення аудиторії (engagement), аналіз реакцій та поведінки користувачів.	10.09 (чт) Грозна	2	0	0	0
13	Сам. роб. 3. Підготовка матеріалу у трьох форматах для різних платформ з використанням ШІ.	11.09 (пт)	0	0	6	0
Модуль 4. Доступність та інклюзивність медіакомунікацій Викладачі: Зелінська А., Грозна О. Обсяг: 9 год.						
14	Доступність як інструмент протидії маніпуляціям та спотворенню інформації. Принципи plain language (легкої мови) в державних медіа.	14.09 (пн) Зелінська	2	0	0	0
15	Вебдоступність. Доступні комунікації: субтитри, альтернативні формати, аудіодескрипція. Аналіз і редагування текстів з урахуванням принципів доступності.	15.09 (вт) Грозна	0	2	0	0

	Інклюзивність для людей з інвалідністю, ветеранів та ВПО.					
16	Сам. роб. 4. Адаптація обраного медіатексту за принципами доступності (оригінал + відредагований варіант).	16.09 (ср) Зелінська — 2 год., Грозна — 3 год.	0	0	5	
Модуль 5. Індивідуальні консультації за результатами курсу <i>Викладачі: всі викладачі курсу Обсяг: 15 год.</i>						
17	Індивідуальні консультації слухачів	17.09 (чт)	0	0	0	5
18	Індивідуальні консультації слухачів	18.09 (пт)	0	0	0	5
19	Індивідуальні консультації слухачів	19.09 (сб)	0	0	0	5
			8	16	21	15
	Разом		60			
	Із них		8	16	21	15

Загальний обсяг — 2 кредити ЄКТС (60 год.), із них:

очні заняття — 8 год.;

дистанційні заняття — 16 год.;

самостійна робота — 21 год.

індивідуальні консультації — 15 год.

9. Список рекомендованої літератури

Основні

Берещак В. (2025). Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. Київ : Yakaboo Publishing. 200 с.

Братко О. С. Маркетингова політика комунікацій: навч. посібник. Тернопіль: Карт-бланш, 2006. 275 с. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/items/21d1adbd-3618-43b8-97d7-e62e330321af>

Боєнко О. Ю. Дослідження еволюції поняття «бренд» в контексті розвитку суспільства. Вісник «Львівська політехніка». 2016. С. 19-24. URL: <https://ena.lpnu.ua/bitstreams/cbb5ae5a-63d9-47f5-a2cc-20ea83d00b76/download>

Вілер А. (2020). Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю. Київ : КМ-Букс. 336 с.

Журналістська діяльність в умовах війни: виклики, дилеми та рішення (досвід українських редакцій) // Крупник О., Розкладай І., Романюк А., Семілетко Т., Субота І. – Центр демократії та верховенства права, 2025 URL:

https://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2025/03/CEDEM_Journalism_War.pdf

Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Гермаван Катарджая, Іван Сетьяван / Пер. Клавдія Куницька, Олена Замаєва. — Київ : КМ-Букс, 2018. — 208 с.

Крайнікова Т., Водолазька С., Рижко О., Ситник О. та ін. КОРОТКИЙ СЛОВНИК МЕДІАПРОДЮСЕРА. Київ : ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2025. 358 с.

Крайнікова Т., Водолазька С., Рижко О., Ситник О. Штучний інтелект у медіях. Київ : ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2024. 240 с.

Медіаграмотність : навчальний посібник / За редакцією Прокопенко О., Бондаря Ю. — Колектив авторів: Бондар Ю., Горська К., Дуцик Д., Кравченко О., Кулаков А., Романюк А., Юркова О. — Київ : Державна наукова установа «Енциклопедичне видавництво», 2025. — 136 с. URL:

<https://vue.gov.ua/images/8/8a/Mediahramotnist--navchalnyi-posibnyk.-Za-redaktsiieiu-Prokopenko-O.%2C-Bondaria-Yu.-compressed.pdf>

Романюк А. (2025) Фейкові «офіційні» документи як інструмент дезінформації: маркери підробки та верифікація *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 4(64), 65–77. [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2025.4\(64\).9](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2025.4(64).9)

Ситник О.В. Основи медіадизайну. Айдентика : метод. посіб. Київ, Інститут журналістики, 2021. 92с.

Ситник, О. (2023). Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологіях. *Український інформаційний простір*, (2(12), 252–265. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(12\).2023.291187](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(12).2023.291187).

Ситник, О. (2025). Інтеграція технологій штучного інтелекту у видавничу індустрію: концепт «розумної книги». *Наукові записки інституту журналістики*, 87(2), 70–83. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.87.6>

Ситник, О. В. (2025). Алгоритмізація видавничої діяльності: вплив технологій штучного інтелекту на контентотворення та дистрибуцію медіапродукту. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 36(75, ч. 2), 365–371. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.5.2/53>

Ситник О, Грозна О. Айдентика бренду як складник іміджевої комунікації в сучасному інформаційному просторі. Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики. Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 18-19 берез. 2021 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2021. 238 с. С.138-152.

Ситник, О., Водолазька, С., Крайнікова, Т., & Рижко, О. (2026). Застосування штучного інтелекту у книговиданні: інструментальні та креативні інтеграції в редакційні процеси. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, 58, 170–186. <https://doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13920>

Штучний інтелект у медіа: гайд для відповідального впровадження : практичний посібник / Колектив авторів: Бондар Ю., Горська К., Дуднік Т., Кравченко О., Нестеренко А., Романюк А., Шевченко Т. — Київ : Програма підтримки ОБСЄ для України, ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, Проєкт «Фільтр» МКСК, Центр демократії та верховенства права, 2025. — 77 с. URL: <https://www.osce.org/sites/default/files/documents/documents/2025/12/%D0%93%D1%96%D0%B4-%D0%A8I-30.11.pdf>

Грозна, О.О. (2025) Технологічна еволюція як чинник трансформації форматів подання інформації. *Вісник книжкової палати*, 8(2025), 18–24. <https://orcid.org/0000-0003-2278-3109>

Sytnyk, O., Hrozna, O., Filonenko, D., Konoplyannikova, M., & Serdiuk, O. (2024). Development of interactive forms of communication through artificial intelligence. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 102(21), 7749–776. <https://www.jatit.org/volumes/Vol102No21/14Vol102No21.pdf>

Грозна О.О. Інтернет-журналістика: блогосфера та блогінг : практичний посібник. Київ, Навчально-науковий інститут журналістики, 2023. 136 с.

Додаткові

Берещак Вікторія. Як здолати шторм. Золоті правила антикризових комунікацій. Київ: Книголав, 2025. 216 с.

Браун Полін. Естетичний інтелект: як його розвинути й використовувати в бізнесі й житті. Харків: ВД “Фабула”, 2025. 272 с.

Гоулман Деніел. Емоційний інтелект у бізнесі. Харків : Віват, 2021. 528 с.

Моллік Ітан. Співінтелект. Жити та працювати з ШІ. Харків: Віват, 2026. 224 с.

Krainikova, T. & Prokopenko, S. (2023). Waves of Disinformation in the Hybrid Russian-Ukrainian War. *Актуальні питання масової комунікації = Current Issues of Mass Communication*. Vol. 33. 12–25. <https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.33.12-25>

Richardson C. The importance of plain language for content creation. *Center for Plain Language*. 2026. URL:

<https://centerforplainlanguage.org/the-importance-of-plain-language-for-content-creation/>

Ryzkho O., Krainikova T., Vodolazka S.& Sokolova K. (2024). Generative AI changes the book publishing industry: reengineering of business processes. *Communication & Society*. 37(3). 255–271. <https://doi.org/10.15581/003.37.3.255-271>