

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД «ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ К. Д. УШИНСЬКОГО»

КАФЕДРА ПОЛІТИЧНИХ НАУК І ПРАВА
ЦЕНТР СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ «POLITICUS»

ІХ ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО - ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

«СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА ДЕРЖАВА: ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ТА
ШЛЯХИ МОБІЛІЗАЦІЇ РЕСУРСІВ»



30 квітня 2025 року

Одеса

УДК 321(477)(063)

С91

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
ДЗ «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
(№ 17 від 26 червня 2025 року)

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Музиченко Г. В. – доктор політичних наук, професор, професор кафедри політичних наук і права ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Наумкіна С. М. – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри політичних наук і права ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Гедікова Н. П. – доктор політичних наук, професор, професор кафедри політичних наук і права ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Долженков О. Ф. – доктор юридичних наук, професор, професор кафедри політичних наук і права ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Каменчук Т.О. – кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри політичних наук і права ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

Проноза І.І. – кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри політичних наук і права ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів : матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Одеса 30 квітня 2025 року. Одеса ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», центр соціально-політичних досліджень «POLITICUS», 2025. 253с.

УДК 321(477)(063)

С91

© ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», 2025

© Центр соціально-політичних досліджень «POLITICUS», 2025

14. Каменчук Т. О. ІНФОРМАЦІЙНА СФЕРА УКРАЇНИ. НАЦІОНАЛЬНІ ІНТЕРЕСИ ТА ПРІОРИТЕТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ. 67
15. Карагіоз Р. С. ЗМІЦНЕННЯ ПОЛІТИКО ПРАВОВИХ ОСНОВ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ 72
16. Коваль О. А., Проноза І. І. ПОЛІТИЧНЕ ЛІДЕРСТВО ЯК КЛЮЧОВИЙ РЕСУРС МОДЕРНІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ 77
17. Козловська Л. В., Уцеховський М. Ю. ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА МІГРАНТІВ-БІЖЕНЦІВ ВІД ВІЙНИ З УКРАЇНИ В УМОВАХ АГРЕСІЇ РФ ТА ЇЇ АДАПТАЦІЯ ДО ЛОКАЛЬНИХ ДЕМОКРАТИЧНИХ СТРАТЕГІЙ ПРИЙМАЮЧИХ КРАЇН ЄС 2022-2025 РР 81
18. Кокорев О. В. ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ ТА ГІБРИДНОЇ АГРЕСІЇ: ЛАНДШАФТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАГРОЗ ДЛЯ УКРАЇНИ 86
19. Краснопольська Т. М. УЧАСТЬ МОЛОДІ У ФОРМУВАННІ ІНСТИТУТУ ПАРЛАМЕНТАРИЗМУ ЯК УМОВА ДЕМОКРАТИЧНОГО РОЗВИТКУ 92
20. Крікуненко С. В. СУЧАСНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ МАЛЬОПИС ЯК ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ АРТЕФАКТ 98
21. Кропівко В. В. ПОЛІТИЧНА РЕКЛАМА У ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ: СКАСУВАТИ НЕ МОЖНА РЕГУЛЮВАТИ 102
22. Лагутін М. Р. ДИСКУРС НОВИХ МЕДІА ЩОДО НАЦІОНАЛЬНОГО ІНТЕРЕСУ 106
23. Левченко Я. В. ЦИФРОВА ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА ВИКЛИКИ 112
24. Лісовська О. В. Скриль С. А., МІЖНАРОДНЕ ГУМАНІТАРНЕ ПРАВО ТА ЗБРОЙНІ КОНФЛІКТИ СУЧАСНОСТІ 117
25. Макарець С. В. ФЕНОМЕН УКРАЇНСЬКОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ: ВІД НЕЗАВЕРШЕНИХ ПРОЕКТІВ МИНУЛОГО ДО СТРАТЕГІЇ МАЙБУТНЬОГО (ІСТОРИКО-ФІЛОСОФСЬКИЙ ТА ПОЛІТОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ 121
26. Малишенко Л. О. ПУЛЬС СПРОТИВУ ТА ВІДРОДЖЕННЯ: УКРАЇНСЬКЕ ГРОМАДСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО В ДОБУ ВІЙНИ 129

vvaiae-scho-zaboronyati-politichnu-reklamu-potribno-lishe-todi-yak-viznachiti-u-zakoni-i12609

3. Яковлев Д. В. Український середній клас: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів. Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів : матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Одеса, 30 квітня 2024 року. Одеса : Університет Ушинського», 2024. С.111-115. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/19653/1/D.%20V.%20Yakovlev.pdf>
4. Ranjan A., Upadhyay A. K. Exploring the continuity and change in political advertising research: a systematic literature review. *Cogent Social Sciences*. 2024. Vol. 10(1) DOI: <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2376853>
5. What do we know about political advertising? College of Media. URL: <https://media.illinois.edu/what-do-we-know-about-political-advertising/>
6. Why new EU rules for political advertising are important. *European Parliament*. 2023. February 9. URL: <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20230202STO71504/why-new-eu-rules-for-political-advertising-are-important>

ДИСКУРС НОВИХ МЕДІА ЩОДО НАЦІОНАЛЬНОГО ІНТЕРЕСУ

Лагутін Микита Романович,
аспірант кафедри політичних наук і права
соціально-гуманітарного факультету
Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені
К. Д. Ушинського»
м. Одеса

В умовах цифровізації політичних відносин, яке повною мірою проявляється як у електоральних кампаніях так і у процесі публічного управління, одним із головних вимірів формування національного інтересу

стає дискурсивний. Одразу слід відзначити, що проблематика національного інтересу вийшла за межі виключної компетентності державних інститутів (інститутів публічної влади).

Серед основних акторів формування національного інтересу – неурядові організації, масмедіа, політичні експерти та глобальні економічні та політичні (над-урядові) потуги. Це відбулось через процеси демократизації в українському суспільстві (зокрема, залученості більшості суспільства до обговорення політичних проблем, прямої політичної дії та голосування за лідерів і партійні доктрини щодо національного інтересу), а головним фактором стало значне розширення комунікативного простору завдяки розвитку інтернет-комунікацій.

Слід наголосити, що через інформаційну відкритість звичайною справою стала думка колишніх урядовців та представників публічного управління – міністрів, депутатів, радників. У формуванні політичного дискурсу щодо українського національного інтересу беруть активну участь колишні високопосадовці демократичних країн – світових лідерів, передусім – США та Великої Британії.

Активними учасниками формування політичного дискурсу щодо національного інтересу стали нові медіа. Вони практично повністю замінили у інформаційному середовищі традиційні медіа (телебачення, друковані медіа, радіо) та користуються неабияким впливом серед аудиторії, з якою постійно взаємодіють.

Визначимо сутність нових медіа як активних учасників формування політичного дискурсу щодо національного інтересу. Погодимося: «Нові медіа - це загальний термін, який включає в себе різні технології. На думку деяких фахівців, до нових медіа відносять і блоги, і подкасти, і відеоігри, і віртуальні світи, і Вікі-енциклопедії, і інші мобільні пристрої, і інтерактивні телевізори... блоги та віртуальні світи мають бути включені до категорії соціальних медіа, оскільки вони сприяють появі віртуальних спільнот і соціальних мереж. Незважаючи на відмінності, деякі дослідники

виділили дві спільні характеристики для більшості визначень. Це: - поширення інформації серед великої кількості одержувачів, яка є теоретично нескінченною, в індивідуальний спосіб, залежно від специфікації для затверджених категорій; - наявність нерівного контролю над інформацією як у передавачів, так і в одержувачів» [6].

Слід також зазначити, що нові медіа напряду пов'язані із розвитком новітніх технологій комунікації. Відзначаючи, що цей розвиток обумовив появу багатьох нових термінів, наголосимо: «Нові медіа – це новітні технології, що з'явилися в останні роки, а також їхній вплив на нашу культуру та поведінку. Деякі з цих технологій пов'язані з комунікацією, мовленням, журналістикою, комп'ютерами, діджиталізацією, інтернетом... Нові медіа є фундаментальними для розуміння нових процесів комунікації, і вони стосуються всіх форм засобів комунікації, до такої міри, що дехто стверджує, ніби історію кіно можна розділити на два періоди: до і після появи нових медіа... Певною мірою, відмінність між аналоговою та цифровою культурою являє собою величезний крок між медіа та новими медіа. Наша нова культура, яка є цифровою, прийшла на зміну процесам аналогової культури, і це можна відчутти в багатьох аспектах, включаючи те, як ми пишемо і друкуємо, як ми споживаємо телебачення і кіно, нові формати для збереження і відтворення медіа» [8].

Конкретизуючи вплив технологій на нові медіа, зазначимо, що усі вони залежать від інтернет-комунікацій; але їх роль для нових медіа настільки значна, що можна стверджувати появу нових медіа-технологій формування дискурсу щодо національного інтересу. Відзначається: «...нові медіа-технології, які часто називають Веб 2.0 - охоплюють широкий спектр комунікаційних технологій, пов'язаних з Інтернетом, таких як блоги вікі, соціальні мережі, віртуальні світи та інші форми соціальних медіа. У минулому багато говорилося про нібито «смерть» і занепад старих медіа – скажімо, газет, журналів, телебачення, радіо - адже новини в газетах дуже старі порівняно з новинами в інтернеті. Журнал

«Лайф» помер саме з цієї причини; його замінило телебачення. Дехто навіть порівнюють старі медіа з телеграфом, який фактично був замінений телефоном - і, звичайно звісно, нещодавно – електронною поштою. Однак зазвичай ми бачимо, що нові медіа не замінюють старі, а доповнюють їх, нові медіа доповнюють старі, часто працюючи пліч-о-пліч для просування цілей організації. Наприклад, «Нью-Йорк Таймс» можна придбати в кіосках, а також на а також на їхньому інтернет-сайті. Новини на сайті NYTimes.com оновлюються протягом дня, і читачі можуть заохочуються до коментування в режимі реального часу. Колумністи часто ведуть власні блоги на сайті» [7].

Погоджуючись із автором, відзначимо, що дуже важливо усвідомлювати «перехідний стан» нових медіа – вони не «відміняють» телебачення трансляціями у YouTube і не замінюють радіо подкастами. Навпаки, нові медіа – це нова форма для важливої суспільної інформації, яка передбачає інтерактивність (тобто участь аудиторії), блогерів, як журналістів та лідерів думок й поєднання потужних традицій «старих» медіа щодо впливу на громадську думку, формування порядку денного та нових медіа-технологій.

Саме тому, в якості прикладів дискурсу нових медіа щодо національного інтересу було обране «Суспільне». Адже, «Суспільне» не лише утворено на базі державного телебачення, водночас активно використовуючи новітні медіа-технології, а й сповідує високі стандарти демократичної журналістики. Про це свідчить їх місце у «Списку прозорих та відповідальних медіа» в Україні [1].

Наведемо деякі приклади, які є характерними для процесу формування дискурсу щодо національного інтересу в Україні. Відзначимо активність у нових медіа колишніх високопосадовців щодо визначення національного інтересу. Зокрема, колишній міністр закордонних справ України Д. Кулеба зазначає: «Один з уроків, які я виніс з цієї роботи: найважче – змусити людину поставити національний інтерес вище

власного. Для мене ці речі виглядали очевидними. Але чим вища у людини посада, тим, на жаль, вищим стає її ego. І баланс порушується» [4]. Також Д. Кулеба відзначає важливість історичних наративів для формування національного інтересу. М. Макфолл, колишній високопосадовець адміністрації Президента США Б. Обама наголошує щодо національного інтересу США у перемовинах із Російською Федерацією: «Я мав досвід переговорів з Лавровим і помічником Путіна Ушаковим... Зараз я бачу класичну тактику росіян. Вони нічого не пропонують, вимагають по максимуму і чекають, що інша сторона почне це обговорювати всередині команди, бо зацікавлена в угоді. Але це не приведе до угоди, яка відповідала б національному інтересу США. Так само це не приведе до хорошої угоди для України» [5]. Колишній державний секретар США Е. Блінкен наголошує на сайті «Суспільного», що підтримка України є національним інтересом США. Він зазначає: «Підтримка України – це стратегічний національний інтерес Сполучених Штатів, і це спільний інтерес наших європейських партнерів. Цей національний інтерес полягає в тому, щоб переконатися, що у нас немає світу конфліктів, що ми підтримуємо міжнародне право. Ми підтримуємо систему, яка є нашим найкращим способом гарантувати, що не буде війни, і що ми можемо підтримувати мир і стабільність» [2].

Дж. Болтон, колишній радник з національної безпеки Президента США Д. Трампа, наголошує: «Проблема в прогнозуванні дій Трампа в тому, що він не має філософії національної безпеки. Він не мислить політичними категоріями. Він діє ситуативно. Йому важко відрізнити національний інтерес Сполучених Штатів від особистого інтересу Дональда Трампа...» [3].

Список використаних джерел:

1. Білий список: 11 медіа, що стали найякіснішими. Інститут масової інформації. 26 квітня 2024 року. URL: <https://imi.org.ua/news/bilyj-spysok-11-media-shho-staly-najyakisnishymy-i60964>
2. Кінша Д., Ковальчук О. Блінкен: підтримка України є важливим національним інтересом. Суспільне новини. 26 листопада 2024 року. URL: <https://suspilne.media/888907-blinken-pidtrimka-ukraini-e-vazlivim-nacionalnim-interesom/>
3. Пашко В. «Він може підштовхнути до поступок РФ». Експерт Трампа — про те, чого очікувати Україні та Європі, якщо він переможе. Суспільне новини. 5 листопада 2024 року. URL: <https://suspilne.media/873561-vin-moze-pidstovhnuti-do-postupok-rosii-ekspert-trampa-pro-te-cogo-ocikuvati-ukraini-ta-evropi-akso-vin-peremoze/>
4. Ремовська О. Доктрина Трампа — «правил не існує» — Кулеба про зовнішню й внутрішню дипломатію, Путіна, США та мирні переговори. Суспільне новини. 19 січня 2025 року. URL: <https://suspilne.media/925091-doktrina-trampa-pravil-ne-isnuje-kuleba-pro-zovnisnu-j-vnutrisnu-diplomatiu-putina-ssa-ta-mirni-peregovori/>
5. Ремовська О. «Росіяни добилися свого — відновили контакт зі США» - Макфол про переговори в Саудівській Аравії та тиск Трампа на Київ. Суспільне новини. 23 лютого 2025 року. URL: <https://suspilne.media/954461-rosiani-dobilisa-svogo-vidnovili-kontakt-zi-ssa-makfol-pro-peregovori-v-saudivskij-aravii-ta-tisk-trampa-na-kiiv/>
6. CiacuGrasu N. The impact of new media on society. Behavioral an social Sciences. Conference proceeding 4. CNCSIS listening B+. 2008. C.121-130. URL: https://www.researchgate.net/publication/215489586_The_impact_of_new_media_on_society

7. *Friedman L., Friedman H. The New Media Technologies: Overview and Research Framework. SSRN Electronic Journal. 2008. DOI: 10.2139/ssrn.1116771.*
8. *Melero A. Introduction to New Media. URL: <https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/78ffde0a-f10c-466e-ba38-b322f8f2e92a/content>*

ЦИФРОВА ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА ВИКЛИКИ

*Левченко Яна Володимирівна ,
студентка 4-го курсу
спеціальності 052 «Політологія»
соціально-гуманітарного факультету
Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського»
м. Одеса
Науковий керівник:
Проноза Інна Іванівна,
к.політ.н., доцент,
доцент кафедри політичних наук і права
соціально-гуманітарного факультету
Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
м. Одеса*

У сучасній Україні політична реклама є впливовим інструментом боротьби за владу, її значення зростає з поширенням цифрових технологій. Проте сфера політичної реклами в інтернеті значною мірою залишається поза чітким правовим полем, що створює простір для зловживань та непрозорих практик. Критичною є проблема оцінки ефективності використання фінансових ресурсів, що спрямовуються політичними силами на рекламні кампанії, особливо враховуючи можливе державне фінансування. Розуміння впливу політичної реклами на формування суспільної думки та електоральної поведінки є ключовим для вироблення