

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

27. **Малюта В. В., Швець С. Л. PR-СТРАТЕГІЇ ЯК ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА СУСПІЛЬНУ ДУМКУ** 136
28. **Мужеляк Ю. МОВНІ ЗАСОБИ МАНІПУЛЯЦІЇ У ПУБЛІЧНОМ ДИСКУРСІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ** 139
29. **Наумкіна С. М. МОДЕЛЬ «ВІЙСЬКОВОЇ ЕКОНОМІКИ» ТА ЇЇ ТРАНСФОРМАЦІЯ У «ЕКОНОМІКУ ВІДНОВЛЕННЯ ТА БЕЗПЕКИ** 142
30. **Наумкіна С. М., Долгов М. О. ДЕСТРУКТИВНІ ТА КОНСТРУКТИВНІ ВИМІРИ КРИЗОВИХ ЯВИЩ У ПОЛІТИЦІ** 149
31. **Наумкіна С.М., Левінець М.Ю. РОЛЬ МОЛОДІЖНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ** 155
32. **Наумкіна С. М., Попозгло А. С. ВІДБУДОВА УКРАЇНИ: ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ ТА ФІНАНСОВІ ПЕРСПЕКТИВИ** 160
33. **Петраков М. О. МЕМОРІАЛЬНА ПОЛІТИКА ТА КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ: СТРАТЕГІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ПАМ'ЯТІ ДЛЯ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ** 165
34. **Полуяктова О. В. ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ** 171
35. **Присяжний А. М. Проноза І. І. ПОЛІТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У МЕХАНІЗМАХ СТАБІЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ** 173
36. **Приходько С. М. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ВИБОРЧОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ: МОЖЛИВОСТІ, РИЗИКИ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД** 177
37. **Проноза І.І.,Скоробогатов А.В. СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНТРОПРОПАГАНДИ ТА ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АГРЕСІЇ** 182
38. **Ростецька С. І. КОМПОНЕНТИ І МАРКЕРИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ** 187
39. **Руцький С. В. КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПЕРЕВАГИ ЯК ОСНОВИ МЕРЕЖЕВОЇ ВІЙНИ ЮРИДИЧНИЙ АНТРОПОЦЕНТРИЗМ ЯК ФІЛОСОФІЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПРАВА** 191
40. **Скриль С .А. ЮРИДИЧНИЙ АНТРОПОЦЕНТРИЗМ ЯК ФІЛОСОФІЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПРАВА** 197

PR-СТРАТЕГІЇ ЯК ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА СУСПІЛЬНУ ДУМКУ

*Малюта Вікторія Віталіївна,
студентка I курсу спеціальності 052 «Політологія»
соціально-гуманітарного факультету
Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
м. Одеса*

*Науковий керівник:
Швець Світлана Леонідівна,
к.політ.н., викладач кафедри
політичних наук і права
соціально-гуманітарного факультету
Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
м. Одеса*

У ХХІ столітті політична діяльність характеризується не лише прагненням до здобуття або утримання влади, а й активним використанням інструментів комунікативного впливу. У сучасному інформаційному суспільстві ефективність політичного лідера значною мірою визначається його здатністю до результативної комунікації з електоратом. Для цього розробляються спеціалізовані PR-стратегії, спрямовані на формування позитивного політичного іміджу, конструювання переконливих меседжів та управління емоційним тлом сприйняття. Така діяльність забезпечує цілеспрямований вплив на громадську думку, сприяє зростанню рівня довіри до політика, легітимізації його лідерства та формуванню стабільної електоральної підтримки. Отже, сучасна політична комунікація постає як комплексний і стратегічно спланований процес взаємодії з громадськістю.

Ефективна реалізація політичного PR сприяє зростанню електоральної підтримки, формуванню довіри до політичного діяча, підвищенню його впізнаваності та авторитету в публічному просторі, а також забезпечує сталість інформаційної присутності в медіасередовищі. На відміну від традиційної комерційної реклами, яка зазвичай обмежується

короткостроковими кампаніями з чітко визначеними цілями, політичний PR є довготривалим і багатовимірним процесом. Його функції охоплюють формування позитивної репутації, управління кризовими ситуаціями, адаптацію до змін у суспільних настроях та забезпечення комунікативної стабільності політичного суб'єкта.

Політичний PR слід чітко відмежовувати від пропаганди. Якщо PR ґрунтується на відкритій комунікації, діалозі, взаємній довірі та створенні платформи для конструктивної взаємодії між політиком і громадськістю, то пропаганда, навпаки, часто спирається на односторонню трансляцію ідей, апеляцію до емоцій, спрощення складних соціально-політичних питань і маніпулювання інформацією. У такому контексті політичний PR виступає як інструмент побудови взаєморозуміння й легітимізації влади, тоді як пропаганда зорієнтована на контроль над масовою свідомістю та емоційне нав'язування наративів [1].

Успішна реалізація іміджевої стратегії забезпечує політичному лідеру не лише тимчасове зростання популярності, але й сприяє закріпленню його як авторитетної фігури у масовій свідомості на тривалий період. Формування позитивного іміджу відіграє ключову роль у процесі політичної комунікації, впливаючи як на електоральні вподобання, так і на рівень суспільної довіри.

Яскравим прикладом ефективного іміджевого позиціонування є президентська кампанія Барака Обами у 2008 році, яка базувалася на гаслі «Норе» («Надія»). Його політичний образ — молодого, харизматичного реформатора, який комунікує з виборцями зрозумілою мовою та пропонує курс на зміни — був сформований через синергію медіаактивності, публічних виступів і візуальних комунікативних символів [3].

Не менш показовим є приклад виборчої стратегії Володимира Зеленського під час президентських перегонів 2019 року. Його імідж був побудований на концепції «людини з народу» — чесного, відкритого кандидата, віддаленого від традиційної політичної еліти. Важливою

складовою цієї стратегії стало формування позитивного образу через популярний телесеріал «Слуга народу», що забезпечило довготривалу медіа-присутність і підготовку аудиторії до сприйняття політика в новій ролі [2].

Отже, PR-стратегії відіграють ключову роль у забезпеченні ефективної комунікації між політиком і суспільством. Політичний PR давно перестав бути лише інструментом просування під час виборчих кампаній — сьогодні це багатофункціональний механізм формування, підтримки та зміцнення іміджу політичного діяча. У XXI столітті політика невіддільна від мистецтва комунікації, переконання та вмілого використання емоційного впливу. Для успішного лідерства вже недостатньо лише раціональної програми дій — важливо викликати довіру, демонструвати відкритість, бути зрозумілим і близьким до виборця. Саме PR забезпечує політичним акторам можливість говорити з аудиторією мовою, яка резонує з її очікуваннями та переживаннями.

Список використаних джерел:

1. Вайер А. Технологія створення політичного іміджу. *Evropský politický a právní diskurz*. 2018. Sv. 5, Vyd. 1. С. 176–180.
2. Зеленський зізнався, як його і Голобородька зі "Слуги народу" змінила війна з Росією. *OBOZREVATEL NEWS*. URL: <https://news.obozrevatel.com/ukr/show/people/zelenskij-ziznavsya-yak-jogo-i-goloborodka-zi-slugi-narodu-zminila-vijna-z-rosieyu.htm> (дата звернення: 12.04.2025).
3. *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach*. Kogan Page, Limited, 2020. 288 p.