



Міністерство освіти і науки України
Кафедра політичних наук і права
Рада молодих вчених Університету Ушинського
Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів і
молодих вчених

VI Всеукраїнська науково-практична конференція
студентів та
молодих вчених
«СУЧАСНІ ВИКЛИКИ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОГО
РОЗВИТКУ: ПОЛІТИКО-ПРАВОВІ ТА СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНІ ВИМІРИ»
22 травня 2026 року



м. Одеса

УДК: 32+316]-043.86:3.073(477)

C91

Рекомендовано до друку рішенням

Вченої ради ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (протокол № 15 від 26 червня 2026 року)

Рецензенти:

Коч С. В., доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри політології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

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

C91 «Сучасні виклики соціально-політичного розвитку: політико-правові та соціально-економічні виміри» [Електронний ресурс] : матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (м. Одеса, 22 травня 2026 р.) / за заг. ред. д. політ. н. С. М. Наумкіної, к. політ. н. С. А. Дмитрашко, к. пол. н. І. І. Пронози. Одеса : ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», 2026. 266 с.

22 травня 2026 року у ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» проведено VI Всеукраїнську науково-практичну конференцію студентів та молодих вчених, в якій взяли участь представники закладів вищої освіти України, студенти, магістри, аспіранти та докторанти, представники дипломатичної служби України. До збірника увійшли тези доповідей з актуальних питань політичного процесу України та світу, міжнародних відносин та дипломатії. Видання адресоване науковим та науково-педагогічним працівникам закладів вищої освіти, студентам, магістрам, аспірантам, докторантам та всім, хто цікавиться питаннями політичної науки, дипломатії, права та філософії.

© автори тез

© ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», 2026

	НЕРІВНІСТЬ ТА ПОЛІТИКА ПЕРЕРОЗПОДІЛУ	
Наумкіна Світлана Ніколаєва— Домбровська Марія	СТІЙКІСТЬ (RESILIENCE) ЯК НОВА ПАРАДИГМА СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ КРИЗ	182
Полуяктова Ольга Чернишев Олександр	ФАКТОРИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ	186

НАПРЯМ 3

КУЛЬТУРНА ТА ОСВІТНЯ ДИПЛОМАТІЯ ЯК ЧИННИКИ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ В СВІТІ

Винниченко Марія	КУЛЬТУРНИЙ ВИМІР СТРАТЕГІЇ «GLOBAL IRELAND» ЯК ОРІЄНТИР ДЛЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ: ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ	190
Кохно Софія	МАСОВО-КОМУНІКАЦІЙНІ ПОДІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	195
Музиченко Ганна	ОСВІТНЯ ДИПЛОМАТІЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВІДНОСИН УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ АЗІЇ	200
Піскун Катерина	КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ SOFT POWER ДЕРЖАВИ	205
Pronoza Inna Skliar Ihor	POLITICAL CULTURE AS AN INSTRUMENT OF CULTURAL DIPLOMACY IN THE MODERN STATE	209
Семотюк Анна	РОЛЬ МАСОВО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ У ПРОМОЦІЇ УКРАЇНИ: KEYС EUROVISION 2022–2023	212

НАПРЯМ 4

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ: ФІЛОСОФСЬКІ, СОЦІОЛОГІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

МАСОВО-КОМУНІКАЦІЙНІ ПОДІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Кохно Софія,

студентка спеціальності «Журналістика»,

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

Науковий керівник:

Шкуров Євген Владленович,

к.філол.н, доцент, доцент кафедри журналістики та реклами ДТЕУ, Київ

Вступ. Повномасштабна війна перетворила міжнародну комунікацію України на складник національної стійкості. Імідж держави у зовнішньому просторі формується через уявлення про її політичну спроможність, культуру, цінності, управлінську ефективність і місце у світовому порядку [5, с. 98]. Для України цей імідж не є лише репутаційною категорією. Він впливає на готовність партнерів підтримувати оборону, приймати вимушених переселенців, надавати фінансову допомогу й довіряти українським інституціям. Тому масово-комунікаційні події в умовах війни працюють як інструмент публічної дипломатії, адвокації та мобілізації міжнародної солідарності. Ця тема пов'язана з дослідженнями іміджу держави, стратегічних комунікацій і кризової взаємодії. У працях про міжнародний імідж наголошено, що репутація країни залежить від сталих чинників, зокрема історії та культури, і динамічних чинників, до яких належать політичні рішення, цифровізація та міжнародні ініціативи [5, с. 99]. Масово-комунікаційні івенти належать саме до динамічних чинників. Вони швидко створюють інформаційний привід, але мають триваліший ефект лише тоді, коли пов'язані з реальними діями.

У дослідженнях кризових комунікацій підкреслено, що зв'язок між владою і громадськістю в умовах воєнного стану має підтримувати мобілізацію, єдність та здатність протистояти загрозам [3, с. 216]. Ця логіка важлива і для зовнішніх аудиторій. Міжнародні партнери реагують не тільки на офіційні заяви. Вони

бачать, як країна організовує допомогу, пояснює потреби, залучає громадян і звітує про результат. Стратегічні комунікації України з партнерами потребують постійного пояснення українських цілей і потреб [2, с. 405].

У воєнних умовах масово-комунікаційні події виконують кілька функцій. Інформаційна функція полягає в оновленні міжнародної уваги до війни. Мобілізаційна функція пропонує аудиторії простий спосіб участі, від донату до поширення закликів. Репутаційна функція показує Україну не лише як жертву агресії, а як організовану, активну й відповідальну державу. Контрпропагандистська функція послаблює дезінформацію через факти, відкриті дані, людські історії та публічні партнерства.

Показовим кейсом стала глобальна подія Stand Up for Ukraine, проведена 9 квітня 2022 року за участі Global Citizen та Європейської Комісії. За даними Global Citizen, у межах події було оголошено 10,1 млрд доларів США, або 9,1 млрд євро, нових грантів і позик для підтримки людей, які були змушені залишити домівки через війну в Україні [8]. Європейська Комісія також повідомила про 9,1 млрд євро підтримки для внутрішньо переміщених осіб і біженців [7]. Іміджевий ефект цієї події полягав не лише у сумі. Публічний заклик, участь відомих осіб, донорська конференція і фінансове зобов'язання були об'єднані в одну комунікаційну рамку. Україна постала як центр широкої коаліції допомоги, а не тільки як об'єкт співчуття.

Іншу модель демонструє кампанія #ArmUkraineNow. Вона розгорталася як цифровий флешмоб із простим закликом надати Україні зброю негайно [1]. Учасники поширювали фото та дописи із закликом Arm Ukraine Now, передавали естафету іншим користувачам і зверталися до політичних лідерів [1]. Razom for Ukraine подавав цю кампанію як терміновий заклик до дії, спрямований на прискорення військової підтримки України [9]. Тут подія не мала одного фізичного центру. Вона існувала як хвиля цифрової участі. Її сильним боком була чітка вимога, впізнаваний візуальний знак і легкий сценарій долучення.

Іміджевий сенс #ArmUkraineNow полягає в зміні рамки повідомлення. Україна не лише просить про допомогу. Вона пояснює, що її оборона пов'язана

з безпекою демократій і стабільністю Європи [9]. Такий підхід важливий, бо міжнародні аудиторії краще реагують на комунікацію, у якій поєднано моральний аргумент і спільний інтерес. Водночас цифрові кампанії мають обмеження. Вони швидко поширюються, але так само швидко можуть зникнути в інформаційному шумі.

UNITED24 стала іншим типом комунікаційного інструменту. Президент України оголосив запуск платформи 5 травня 2022 року як глобальної ініціативи для об'єднання людей, які прагнуть допомогти Україні [6]. Офіційний сайт UNITED24 подає платформу як механізм збору коштів за визначеними напрямками з акцентом на звітність і прозорість [10]. На відміну від разової події, UNITED24 працює як постійна інфраструктура довіри. Культурна дипломатія доповнює благодійні та оборонні кампанії. Вона пояснює не лише те, чого Україна потребує, а й те, за що вона бореться. У дослідженнях культурної дипломатії зазначено, що вона формує імідж і культурний бренд держави через міжкультурну комунікацію [4]. У контексті війни це означає представлення України як самостійної культурної й політичної спільноти. Культурні події, форуми, виставки та публічні дискусії діють повільніше, ніж флешмоби. Проте вони створюють глибшу репутаційну пам'ять. Порівняння трьох кейсів показує, що ефективна іміджева стратегія не може спиратися на один формат. Stand Up for Ukraine мобілізувала ресурси через сильний гуманітарний меседж і участь міжнародних інституцій. #ArmUkraineNow створила цифровий тиск і зробила оборонну потребу зрозумілою для широкої аудиторії. UNITED24 забезпечила тривалість, інституційну довіру та повторюваність допомоги. Разом ці інструменти показують Україну як державу, що вміє не тільки страждати, а й організовувати, переконувати, залучати і звітувати. Це особливо важливо, позитивний міжнародний імідж держави впливає не лише на рівень політичної та економічної підтримки, а й на ставлення до її громадян за кордоном [11]. Сприйняття країни часто переноситься на її мешканців, біженців і трудових мігрантів, впливаючи на рівень довіри, готовність до співпраці та соціальну інтеграцію у приймаючих суспільствах. Окрім того, івенти стають чинником

репутації території. У воєнний та повоєнний період така репутація набуває значення важливого інституційного й маркетингового активу [12]. Через публічні події територія демонструє відкритість, життєздатність, культурний потенціал і здатність до відновлення. Саме тому якісно організовані заходи працюють як інструмент довіри, впізнаваності та позитивного позиціонування громади, міста або країни.

Висновки. Масово-комунікаційні події є важливим інструментом формування позитивного міжнародного іміджу України в умовах війни. Вони поєднують інформаційну, мобілізаційну, репутаційну, дипломатичну та контрпропагандистську функції. Їхня сила полягає в тому, що міжнародна підтримка стає видимою і вимірюваною. Аналіз Stand Up for Ukraine, #ArmUkraineNow та UNITED24 доводить, що найкраще працюють ті формати, у яких емоційний заклик пов'язаний із конкретною дією, перевірюваним результатом і зрозумілою звітністю. Подальші дослідження цієї теми доцільно спрямувати на вимірювання довгострокового впливу таких подій на довіру до України, готовність підтримувати оборонну допомогу та сприйняття української культури в міжнародному середовищі.

Список використаних джерел:

1. АрміяInform. Світом шириться глобальний флешмоб ArmUkraineNow. 2022. 20 квітня. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/04/20/svitom-shyrytsya-globalnyj-fleshmob-armukrainenow-nadajte-ukrayini-zbroyu-negajno/> (дата звернення: 14.06.2026).
2. Братина З. О. Роль стратегічних комунікацій у формуванні взаємодії Україна-НАТО. *Politology Bulletin*. 2024. № 92. С. 398-412.
3. Грабовець І., Черноус Л. Стратегія кризової комунікації у системі «влада-громадськість» в умовах воєнного стану в Україні: етапи, чинники, характерні риси. *Науково-теоретичний альманах Грани*. 2025. Т. 28, № 1. С. 216-222. URL: <https://doi.org/10.15421/172526> (дата звернення: 14.06.2026).
4. Драч В. В. Культурна дипломатія в умовах глобального розвитку суспільств. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*.

2024. № 2. URL: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308270> (дата звернення: 14.06.2026).

5. Кириленко М. Характеристика чинників формування міжнародного іміджу держави. Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «Екологія. Публічне управління та адміністрування». 2023. № 3. С. 98-104.

6. Офіс Президента України. President announced the launch of United24. 2022. 5 травня. URL: <https://www.president.gov.ua/en/news/prezident-ogolosiv-pro-zapusk-united24-globalnoyi-iniciativi-74789> (дата звернення: 14.06.2026).

7. European Commission. Stand Up for Ukraine: 9.1 billion euros pledged in support of internally displaced and refugees. 2022. 9 April. URL: https://enlargement.ec.europa.eu/news/stand-ukraine-91-billion-euros-pledged-support-internally-displaced-and-refugees-2022-04-09_en (дата звернення: 14.06.2026).

8. Global Citizen. \$10.1 billion pledged in new grants and loans as part of the Stand Up for Ukraine event. 2022. 9 April. URL: <https://www.globalcitizen.org/en/content/stand-up-for-ukraine-impact-report/> (дата звернення: 14.06.2026).

9. Razom for Ukraine. #ArmUkraineNow: Urgent call to action. 2022. 19 April. URL: <https://www.razomforukraine.org/armukrainenow/> (дата звернення: 14.06.2026).

10. UNITED24. Офіційний сайт. URL: <https://u24.gov.ua/> (дата звернення: 14.06.2026).

11. Torre Cantalapiedra, E., & Ots, I. (2025). Factores que influncian las respuestas políticas de Estados Unidos y Canadá a los refugiados ucranianos. Estudios Fronterizos, 26, Artículo e164. <https://doi.org/10.21670/ref.2506164>

12. Шкуров, Є. В. (2026). Репутація як інституційний та маркетинговий актив територій у воєнний та повоєнний період. Підприємництво та інновації, (39), 170–178. <https://doi.org/10.32782/2415-3583/39.26> URL: <https://ejournal.in.ua/index.php/journal/article/view/913>

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАФЕДРА ПОЛІТИЧНИХ НАУК І ПРАВА
РАДА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ УНІВЕРСИТЕТУ
УШИНСЬКОГО
НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО СТУДЕНТІВ,
АСПІРАНТІВ, ДОКТОРАНТІВ І МОЛОДИХ
ВЧЕНИХ**

**VI Всеукраїнська науково-практична конференція студентів та
молодих вчених
«СУЧАСНІ ВИКЛИКИ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОГО РОЗВИТКУ:
ПОЛІТИКО-ПРАВОВІ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВИМІРИ»**

м. Одеса, 22 травня 2026 року

**Матеріали друкуються в авторській редакції.
Відповідальність за точність поданих фактів, цитат, цифр, прізвищ
тощо несуть автори.**