



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

Дерік Ангеліна	ЧИ ІСНУЮТЬ МЕЖІ ЛЮДСЬКИХ ЗНАНЬ?	217
Атаманюк Зоя		
Івахненко Аанстасія	СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ВИМІР МІГРАЦІЇ УКРАЇНЦІВ ДО ІРЛАНДІЇ	220
Ієремія Василь	МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ В РОБОТІ ДЕПУТАТА МІСЦЕВОЇ РАДИ З ВИБОРЦЯМИ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ДО НЬОГО: ДОСВІД МІСТА ОДЕСИ	225
Карастан Сергій	ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ: МЕХАНІЗМИ, АКТОРИ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИМІРИ	229
Козар Анна	МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛІЗМ ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНА СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ КАНАДИ	233
Левко Артур	ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПІДХОДІВ РФ ДО ВЕРБУВАННЯ ПОЛІТИКІВ У ФРН ТА ФРАНЦІЇ	238
Наумова Марія	СПЕЦИФІКА ЦИВІЛІЗАЦІЙ СХОДУ І	242
Атаманюк Зоя	ЗАХОДУ	
Начев Микола	НОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕДІА В	245
Атаманюк Зоя	ПРОЦЕСІ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ	
Стасій Наталя	МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В УМОВАХ ДЕМОКРАТІЇ	249
Цуркан Дар'я	СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ВИКЛИКИ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ В КРАЇНАХ ПІВНІЧНОЇ АМЕРИКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	255
Юрченко Єлизавета	ЛІТЕРАТУРА ЯК ЗАСІБ УТВЕРДЖЕННЯ ДЕМОКРАТИЧНИХ ІДЕЙ	260

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ В РОБОТІ ДЕПУТАТА МІСЦЕВОЇ РАДИ З ВИБОРЦЯМИ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ДО НЬОГО: ДОСВІД МІСТА ОДЕСИ

Ієремія Василь Володимирович,
аспірант кафедри політичних наук і права,
Університет Ушинського, м. Одеса

Довіра громадян до інститутів місцевого самоврядування є ключовою умовою функціонування демократичної держави. Проте рівень довіри населення України до депутатів місцевих рад залишається відносно невисоким попри послідовне зростання після децентралізаційних реформ 2014–2020 років.

На основі синтезу наукової літератури з питань теорії політичного маркетингу [1; 2] у контексті роботи депутата місцевої ради можна виділити щонайменше чотири функціональні групи маркетингових інструментів: (1) комунікативні (медіаприсутність, соціальні мережі, особистий сайт); (2) партисипативні (прийоми громадян, громадські слухання, петиції); (3) маркетингу відносин (регулярні зустрічі з виборцями, електронні розсилки, звіти); (4) репутаційні (особистий брендинг, виконання передвиборчих обіцянок, реагування на критику).

Моніторинг громадянської мережі ОПОРА [3] зафіксував, що запровадження відкритих списків надало виборцям більший вплив на персональний склад ради, що, у свою чергу, посилило особисту відповідальність депутата перед конкретними виборцями. Це створило додатковий імпульс для застосування персоналізованих маркетингових стратегій.

Всеукраїнська кампанія «Атестація депутатів місцевих рад», що реалізується за підтримки Національного фонду демократії (NED) та Міжнародного фонду «Відродження», оцінює роботу депутатів за 18 індикаторами — відкритістю, прозорістю, доброчесністю та підзвітністю. За результатами кампанії у 2024 році більше третини депутатів Одеської міської

ради отримали найнижчі оцінки, тоді як максимальні 5 балів здобули лише 10 осіб. Серед системних проблем зафіксовано: нерегулярне відвідування засідань, брак прозорості та низьку підзвітність перед виборцями.

Аналіз «Депутатського порталу» Одеської міської ради (ЦПР, 2024) показав: звіти за всі 4 роки каденції розміщені лише у 9 депутатів. За 2023 рік прозвітувало близько 30% складу ради (дані платформи «Атестація депутатів», 2024). Така ситуація свідчить про формальне ставлення частини депутатів до маркетингу відносин із виборцями та використання звітності як маркетингового інструменту.

Водночас, моніторинг виявив ряд депутатів, що демонструють системне застосування маркетингових інструментів. За даними Intent.press (2021), найактивніші депутати ведуть сторінки у Facebook та Instagram, де регулярно публікують: фотозвіти зі зустрічей із мешканцями, коментарі до голосувань на сесіях, відеозвернення, інформацію про власні ініціативи. Ці практики відповідають визначеним у науковій літературі характеристикам ефективних маркетингових комунікацій у публічному просторі — інтерактивності, регулярності та орієнтованості на конкретні потреби виборців.

Практика прийому громадян із фіксацією звернень та публічним звітом про їх виконання є прикладом органічного поєднання партисипативного маркетингу з маркетингом відносин. Депутати, які системно ведуть таку роботу, значно рідше стикаються з кризами репутації та мають вищу базу підтримки при наступних виборах, що підтверджується практикою місцевих виборів 2020 року в Одесі.

Повномасштабне вторгнення Росії суттєво трансформувало комунікативний простір місцевого самоврядування. З одного боку, довіра до місцевих органів влади зросла — дослідники KSE Institute (2024) фіксують, що підвищення підзвітності та прозорості місцевої влади, а також залучення громадян до прийняття рішень підтримують довіру навіть в умовах погіршення економічного становища. З іншого боку, комунікація депутата з виборцями

набуває нових вимірів: інформування про евакуацію, гуманітарну допомогу, відновлення інфраструктури.

Цифрова адаптивність стала ключовою умовою ефективної роботи депутатів в умовах воєнного стану. Депутати, які мали налагоджені цифрові канали комунікації з виборцями до лютого 2022 року, змогли оперативно переорієнтуватися на антикризовий маркетинг: доведення актуальної безпекової інформації, координацію волонтерських ресурсів, організацію підтримки постраждалих.

Воєнний контекст підсилює значення автентичності та персонального брендингу: виборці очікують не лише інформування, а й реального лідерства та демонстрації особистої відповідальності. Ця закономірність підтверджується міжнародними дослідженнями ролі місцевих лідерів у кризових ситуаціях та корелює з практикою найуспішніших депутатів Одеської міської ради у 2022–2024 роках.

Маркетингові інструменти в роботі депутата місцевої ради є не допоміжним, а центральним елементом побудови довіри виборців. Теоретичний аналіз і емпіричні дані показують, що ефективність маркетингового інструментарію визначається не окремими акціями, а системністю, орієнтованістю на конкретні потреби виборчої аудиторії та автентичністю комунікації.

Досвід Одеської міської ради VIII скликання є показовим у плані виявлення розриву між наявними інституційними можливостями (Депутатський портал, законодавчо закріплені вимоги до звітності) та реальними практиками. Моніторинги громадянського суспільства фіксують, що лише незначна частка депутатів системно використовує весь спектр маркетингових інструментів.

Список використаних джерел:

1. Ієремія В. В. «Політичний маркетинг» в науковому і публічному дискурсах. *Політикус*. 2025. № 6. С. 12-18. DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-6.2>

2. Ієремія В. В. Маркетинг взаємовідносин як теоретичне підґрунтя побудови довіри до політичних акторів. *Регіональні студії*. 2026. № 44. С. 210-215. DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2026.44.33>

3. Громадянська мережа ОПОРА. *Остаточний звіт за результатами спостереження на місцевих виборах - 2020*. URL: https://oporaua.org/vybory/zvit-mistsevi-vybory_2020-23539

4. Собко В. *Все менше й менше: як звітували депутати Одеської міської ради за 2023 рік роботи*. URL: <https://attestation.in.ua/publications/vse-menshe-i-menshe-iaak-zvituvali-deputati-odeskoyi-miskoyi-radi-za-2023-rik-roboti/2676/>

5. Бондаренко С. *Як працює «Депутатський портал» Одеси*. URL: <https://cpi.org.ua/analytics/yak-pracyuye-deputatskij-portal-odesi/>

6. *В Одесі представили оцінки депутатів Одеської міськради*. Intent.press, 2025. <https://intent.press/en/news/certification-of-local-deputies/2025/results-of-public-monitoring-of-city-council-deputies-presented-in-odesa/>

Розкриття факту делегування завдань генеративному ШІ

Автор заявляє про використання генеративного ШІ у процесі дослідження та підготовки рукопису. Відповідно до таксономії GAIDeT (2025), наведені нижче завдання були делеговані інструментам генеративного ШІ за повного людського нагляду:

- Пошук і систематизація літератури
- Вичитування та редагування

Використаний інструмент генеративного ШІ: Claude 4.6.

Повну відповідальність за фінальний рукопис несе автор.

Декларацію подав(ла): Василь Ієремія

**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.**