

Non-governmental Organization
International Center of Scientific Research



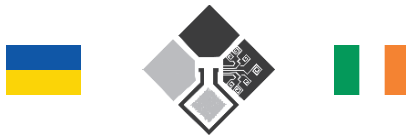
PROCEEDINGS OF THE
XI INTERNATIONAL SCIENTIFIC
AND THEORETICAL CONFERENCE

FORMATION OF
INNOVATIVE POTENTIAL
OF WORLD SCIENCE

08.05.2026

WATERFORD,
REPUBLIC OF IRELAND

 **SCIENTIA**
COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS



Non-governmental Organization
International Center of Scientific Research

SCIENTIA
COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS

with the proceedings of the
XI International Scientific and Theoretical Conference

Formation of innovative potential of world science

 May 8, 2026

 Waterford; Republic of Ireland

Hosted by an authorized Crossref member with the support of the
Institute of Scientific and Technical Integration and Cooperation

Published online by Primedia E-launch LLC (USA)
Published in print by LLC UKRLOGOS Group (Ukraine)

✓ ISO 2108:2005 ✓ ISO 1086:1991 ✓ ISO 7275:1985

Waterford, 2026

UDC 082:001

F 76



The conference is included in the Academic Research Index ReserchBib International catalog of scientific conferences and registered for holding on the territory of Ukraine in UKRISTEI (Certificate № 163 dated January 26th, 2026).

Conference proceedings are publicly available under the **Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License** (CC BY-SA 4.0) at the www.previous.scientia.report.

Chairman of the Organizing Committee:

Miriam Goldenblat

International Center of Scientific Research, Ukraine

Book layout designer:

Gabriela Torres

Primedia E-launch LLC, USA

Responsible editor:

Yuliia Babych

UKRLOGOS Group Ltd., Ukraine

F 76 **Formation of innovative potential of world science:** collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the XI International Scientific and Theoretical Conference, May 8, 2026. Waterford, Republic of Ireland: International Center of Scientific Research.

ISBN 979-8-89660-280-4 (series)

DOI 10.36074/scientia-08.05.2026 

This collection presents the proceedings of the scientific conference, bringing together research papers on a wide range of contemporary academic topics. The volume highlights diverse perspectives, innovative approaches, and practical findings that reflect the current trends and challenges in global science and education. This collection is intended for students, postgraduate and doctoral candidates, educators, researchers, and professionals from diverse disciplines.



Conference proceedings are presented in **Google Books** and **Bookwire™ by Bowker**, ensuring international availability.

UDC 082:001

ISBN 979-8-89660-280-4

© Participants of the conference, authors, 2026
© NGO International Center of Scientific Research, 2026

www.previous.scientia.report

Братусь Іван Вікторович

канд. філол. наук, доцент, доцент кафедри образотворчого мистецтва
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Україна

Орленко Ольга Сергіївна

викладач кафедри реклами і зв'язків з громадськістю
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Україна

Резніков Олег Вікторович

викладач кафедри декоративного мистецтва і реставрації
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Україна

Крюк Олександр Олексійович

старший викладач кафедри образотворчого мистецтва
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Україна

ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ УКРАЇНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В МАСМЕДІА

***Анотація.** У тезах досліджується процес формування образу української ідентичності в масмедіа як складного та багатовимірного явища. Розглянуто історичні передумови становлення національної ідентичності, що формувалася в умовах тривалих політичних і культурних трансформацій. Проаналізовано роль масмедіа як інструменту не лише відображення, але й активного конструювання національних образів, наративів і символів. Особливу увагу приділено впливу глобалізації, цифровізації та міжкультурної взаємодії на трансформацію ідентичності, а також ризикам її спрощення та символізації у медійному просторі. Обґрунтовано необхідність формування змістовно наповненого образу України, який ґрунтується на реальних культурних, інтелектуальних і соціальних досягненнях. Визначено значення публічних комунікацій і піару як механізмів репрезентації національної ідентичності у внутрішньому та міжнародному дискурсі. Наголошено на важливості балансу між автентичністю та ефективною медійною репрезентацією.*

***Ключові слова:** українська ідентичність, масмедіа, національний образ, культурна ідентичність, глобалізація, цифровізація, медійний дискурс, публічні комунікації, піар, національна свідомість, репрезентація, культурні коди*

Для України проблема власної ідентифікації історично є не просто темою наукових дискусій чи громадського інтересу, а глибинною екзистенційною лінією розвитку суспільства. Упродовж століть українці формували своє уявлення про себе в умовах постійних політичних, культурних і територіальних трансформацій. Цілі покоління народжувалися, жили і завершували свій життєвий шлях у ситуації невпинного пошуку відповіді на питання «хто ми є?», що робить цю проблему не лише історичною, але й безперервно актуальною.

Ця специфічна риса національного досвіду знаходить своє відображення

в масмедіа, які виступають своєрідним дзеркалом суспільства - його уявлень, страхів, прагнень і суперечностей. Масмедійний простір, з одного боку, фіксує актуальні форми ідентичності, а з іншого - активно їх формує, транслюючи певні образи, наративи та символи. Саме через медіа відбувається популяризація культурних кодів, мови, історичної пам'яті - це сприяє укоріненню національної свідомості.

Водночас постає питання про динаміку розвитку національної ідентичності в умовах глобалізації, цифровізації та інтеграції у світовий культурний простір.

Сучасні світові практики передбачають відкритість, міжкультурний діалог і взаємопроникнення ідентичностей - це, у свою чергу, ставить перед українським суспільством виклик збереження автентичності без ізоляції. У цьому контексті масмедіа відіграють подвійне значення - вони можуть як сприяти гармонійному поєднанню локального і глобального, так і спрощувати складні процеси ідентифікації до поверхневих образів.

Слід зауважити, що масмедіа лише частково охоплюють глибинні пласти природи ідентичності. Остання формується не тільки через інформаційні потоки, але й через особистий досвід, культурну пам'ять, мову, традиції, мистецтво та історичну травму. Попри це, саме медіа часто стають найбільш видимою і репрезентативною формою національного самовираження - адже вони здатні швидко поширювати смисли та формувати колективні уявлення.

Надмірна концентрація на питанні ідентичності, однак, може призводити до певного дисбалансу між внутрішньою сутністю явищ і їх зовнішнім представленням. Коли ідентичність починає функціонувати як конструкт, що постійно демонструється і підкреслюється - існує ризик її спрощення або навіть перетворення на символічний продукт. У такому випадку втрачається глибина - те, що формується на рівні індивідуального переживання та культурної спадкоємності.

Важливою для формування образу України є й природа позитивного сприйняття образу рідної землі. Йдеться не лише про емоційно забарвлене ставлення, але й про усвідомлену систему цінностей, у межах якої національний образ набуває змістовності та переконливості. Кардинальна проблема полягає в тому, що нація часто схильна вважати себе гідною репрезентації ніби апіорі - ніби сама по собі вона є цінністю, що не потребує додаткового обґрунтування. Така позиція має під собою історичні й культурні підстави, однак у сучасному глобалізованому світі вона виявляється недостатньою.

У світовому контексті цінність національного образу не є сталою

величиною - її необхідно постійно підтверджувати через конкретні досягнення, культурний, науковий, економічний і соціальний внесок. Гідна репрезентація не виникає сама по собі - вона має ґрунтуватися на реальному доробку, який може бути зрозумілим і значущим для інших. Саме тому виникає потреба у формуванні не декларативного, а змістовно наповненого образу України, який здатен функціонувати у міжнародному дискурсі як рівноправний і впливовий.

Відповідно, ідеальним є не порожній або суто символічний образ, а той, за яким стоїть реальна сила дії - культурна продуктивність, інтелектуальний потенціал, інноваційність, стійкість суспільства. Такий образ не лише транслюється назовні, а й формується зсередини, через практики повсякденного життя, освіти, мистецтво та громадянську активність. Він є результатом тривалого процесу самовизначення, у якому важливу роль відіграє відповідальність за власну репрезентацію.

У цьому контексті особливого значення набуває сфера публічних комунікацій і піару - її завдання полягає не у створенні штучного іміджу, а у виявленні вже наявних змістів, їх осмисленні та якісному озвученні. Ефективний піар працює не з порожнечою, а з потенціалом - він допомагає знайти той образ, який відповідає реальності, і надати йому переконливої форми. Саме в цьому полягає його стратегічна функція - бути посередником між внутрішнім змістом нації та її зовнішнім сприйняттям.

Отже, для сучасної України важливо не лише утверджувати власну ідентичність, але й зберігати баланс між її автентичним змістом і формами репрезентації. Масмедіа у цьому процесі мають виступати не тільки інструментом відображення, але й простором для осмислення, діалогу та критичного переосмислення національного досвіду.

Список використаних джерел:

1. Орленко О.С., Братусь І.В. (2026) Візуальна стратегія комунікації стартапів у цифровій економіці. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки» (66). с. 233-241.
2. Bevez, T. (2020). Concept of Ukrainian identity in the context of socio-cultural transformations: Threats to national security in the humanitarian sphere. *Ukrainoznavstvo*, 3(76). [https://doi.org/10.30840/2413-7065.3\(76\).2020.213207](https://doi.org/10.30840/2413-7065.3(76).2020.213207)
3. Darmostuk, I. (2025). Media space of Ukraine in 2022–2024: Challenges of transformation. *Integrated Communications*, 24. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.24>
4. Estes, K., & Feinstein, S. (2025). External threat and dynamic shifts in Ukrainian national identity (2021–2022). *Europe-Asia Studies*, 77(6), 955–976. <https://doi.org/10.1080/09668136.2025.2524433>
5. Hurova, I. (2026). Global trends in contemporary popular culture: Ukrainian context (2022–2025). *Bulletin of the National Academy of Culture and Arts Management*. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2026.356215>
6. Shevel, I. P. (2025). The impact of globalization on national cultures and identities: A sociological analysis. *International Relations: Theoretical and Practical Aspects*, 15. <https://doi.org/10.31866/2616-745X.15.2025.334307>
7. Shvets, M. (2025). Globalization and consumer culture: Transformation of Ukrainian cultural and artistic practices. *Fine Art and Culture Studies*, 1. <https://doi.org/10.32782/facs-2025-1-63>