

3. Петрошук Н. М., Матвійчук О. В., Карчина Л. П. Проблеми становлення дистанційного навчання в Україні // *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2021. Т. 83, № 3. С. 123–135.
4. Пугач В. В. Психологічні аспекти дистанційного навчання: мотивація, самоорганізація та підтримка студентів // *Педагогіка безпеки*. 2025. № 1. С. 45–52.
5. Психолого-педагогічні умови організації дистанційного навчання студентів / за ред. О. М. Пехоти // *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету*. 2021. Вип. 170. С. 56–62.

СИМУЛЯКРИ У СУЧАСНІЙ ПОЛІТИЦІ ТА МЕДІЙНЕ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

Калашнікова О.Д., студентка,

Науковий керівник - канд.істор. наук,

доцент кафедри філософії та ППП Філіпенко Л.В.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

На сьогодні ми дедалі частіше помічаємо, як інформаційний простір набуває нових, не притаманних для нього ще вчора рис, форм – які докорінно змінюють дійсне сприйняття реальності. Політика все частіше постає вже не безпосереднім процесом ухвалення рішень і взаємодії національних інститутів, натомість звертаючись до більш системно медійних її образів, які зараз і формують уявлення про неї. Ця думка актуалізується питаннями про співвідношення реальних політичних практик, про їхні новітні медійні репрезентації, про те наскільки суттєво сучасна політична дійсність є продуктом моделювання.

Актуальність теми зумовлена смисловим перерозподілом сучасного політичного простору під впливом медіа, у межах якого відбуваються поступові зсуви меж між політичними фактами та їхніми інтерпретаціями. У цифрову епоху медійні репрезентації більше визначають характер сприйняття політики, що актуалізує потребу теоретичного осмислення ролі симулякрів в адаптації до політичної реальності.

Метою статті є аналіз ролі симулякрів у формуванні політичної реальності в погано передбачуваних умовах сучасного медійного середовища. Для

досягнення поставленої мети розкрита сутність концепції симулякрів у працях Жана Бодрійяра; охарактеризована медіатизація політики через ідеї Гі Дебора; проаналізована трансформація функції знаків у політичному дискурсі на основі підходів Фердинанда де Соссюра та Чарльза Сандерса Пірса; а також здійснено порівняльний аналіз медійних образів політичних діячів.

Методологічну основу дослідження становить міждисциплінарний підхід, який поєднує з собою елементи дискурс-аналізу, порівняльного методу та системного підходу. Вони застосовуються для інтерпретації політичних наративів і медійних репрезентацій; порівняльний метод використовується для виявлення спільних та відмінних рис у формуванні політичних образів у різних контекстах; системний підхід же використано з метою розгляду взаємодії медіа, політичних інститутів та суспільної свідомості як цілісної структури.

Наукова новизна дослідження полягає в узагальненні теоретичних підходів до аналізу симулякрів і їх застосуванні до інтерпретації сучасних політичних процесів у медійному середовищі. Обмеження дослідження пов'язані з його переважно теоретичним характером та використанням ілюстративних кейсів без залучення широкої емпіричної бази.

Теоретичну основу дискурсу становить концепція симулякрів Жана Бодрійяра, яка викладена у праці *Simulacra and Simulation* [1]. Дослідник у своїй роботі визначає симулякр як копію, яка не має свого оригіналу, розмірковує про процес послідовного відриву знака від реальності. На початку свого життєвого циклу знак відображає первинну дійсність, згодом натомість починає її викривляти, поступово маскує її відсутність, зрештою починає автономне життя, яке з новою суттю формує уявлення про те, що саме ми сприймаємо за «реальне» [1]. З цього боку симулякри відображають не тільки викривлену, але й іншу реальність, яка у процесі своєї еволюції відкрила новий рівень сприйняття, тому що трансформувалась у гіперреальність.

У класичному політологічному підході політика розглядається як процес боротьби за владу, ухвалення рішень і розподілу ресурсів [2]. Сама наука передбачає функціонування інституцій, процедур і механізмів взаємодії між

різними соціальними групами. Однак значною мірою для абсолютної більшості громадян ця складова залишається опосередкованою. Масова політична свідомість стандартно репрезентується переважно своїми медійними формами станом на зараз. Використовуються формати публічних виступів, інформаційних подій, візуальний контент, цифрові повідомлення. Подібним чином, формується спрощене і одночасно емоційно насичене, але несвідомо непідґрунтоване уявлення про нюанси політичних процесів.

Цю трансформацію також доцільно розглядати крізь призму концепції «суспільства спектаклю» Гі Дебора [3], відповідно до якої соціальні відносини дедалі більше опосередковуються через зображення, що є передвісником постмодерних думок, настільки показових для нашого часу. У таких умовах події відтворюються не як фактичні явища, а їхні незліченні репрезентації, які загубили свою суть. Образ події набуває більшого впливу, ніж сама подія, завдяки повторюваності, емоційній інтенсивності і швидкості поширення. Таким чином це призводить до того, що медійна реальність починає витісняти безпосередній досвід, смислове навантаження, відмінність варіантів вибору один від одного. У політичному вимірі зазначені процеси означають зміщення уваги з реальних рішень на їхнє цілком медійне відображення. Громадянин такою мірою виступає у системі подій передусім як споживач політичних образів, а не як безпосередній учасник політичного процесу. Це трансформує сам характер політичної участі та знижує рівень залученості до інституційних механізмів та їх потенційно можливих змін.

Так само змінюється і контекст, і роль політичного актора. Якщо у традиційній моделі його оцінка ґрунтувалася на результатах діяльності, то в сучасних умовах зростає значення медійної присутності [4]. Політик дедалі більше функціонує як архетип певного образу, який повинен бути впізнаваним і емоційно привабливим. Відповідно, політичні рішення можуть орієнтуватися не стільки на довгострокову ефективність, скільки на миттєву реакцію аудиторії, що формується через рейтинги та інформаційні тренди.

Показовим прикладом є виборча кампанія у Сполучених Штатах Америки 2016 року, під час якої Дональд Трамп отримав значний обсяг безкоштовного медійного висвітлення [5]. Незалежно від його тональності, постійна присутність у медіапросторі сприяла формуванню стійкого публічного образу кандидата. У масовій свідомості закріпився образ «антисистемного» політика, що не повністю відповідав його реальному соціально-економічному статусу, проте чудово відповідав соціальному запиту на архетип. Це свідчить про розходження між політичним актором і його медійною репрезентацією, де остання може мати вирішальний вплив через релевантність моделі поведінки.

Подібні процеси спостерігалися і під час виборів у Франції 2017 року, де Еммануель Макрон позиціонувався як нове обличчя політики, попри його інтегрованість у державні інститути [6]. Такий приклад демонструє показовість медійного конструювання образу, яке здатне змінювати сприйняття політичних акторів незалежно від їхнього оригінального досвіду.

У сучасності зазначені тенденції посилюються завдяки розвитку соціальних мереж. Політики активно використовують цифрові платформи для формування образів «близькості» та «автентичності». Однак, як показують дослідження [7], така автентичність зазвичай є результатом цілеспрямованого медійного створення іміджу та архетипу разом з їх образами. Унаслідок цього вибір виборця частіше здійснюється не між програмами, та не серед ідеологічних позицій, а між образами та відчуттями, які вони викликають.

Зміни торкаються також і самої природи політичних символів, хоча це не так очевидно. У класичній семіотиці, зокрема у працях Фердинанда де Соссюра та Чарльза Сандерса Пірса, знак розглядається як структурована система, що поєднує означник і означуване або функціонує як триєдина модель [8; 9]. Проте в сучасному медійному середовищі стабільність значення послаблюється, як виявлено через симулякри, гіперреальність та прийоми деконструкції. Символи втрачають жорстку прив'язку до конкретного змісту і стають відкритими до множинних інтерпретацій, що створює можливості для маніпуляції.

На цей рахунок доцільно визначити сутність гіперреальності як стан, у якому межа між реальністю та її відображенням стирається [1]. Це явище тісно пов'язане з феноменом постправди, у межах якого емоційні реакції можуть мати цілковиту перевагу над об'єктивними даними [10]. Політичні образи у цій поступовості функціонують подібно до брендів: їхня впізнаваність сприяє формуванню довіри незалежно від змістовного наповнення, якщо це відповідає запитам, виглядає і звучить красиво-привабливо [4].

У висновку політика набуває рис переважно символічного простору, де вибір часто здійснюється між образами та ідентичностями. Це має цілу низку своїх специфічних наслідків: розмивання відповідальності, оскільки оцінюється образ, а не результат; послаблення довіри до інституцій; а також спрощення сприйняття складних політичних процесів. За таких умов зростає роль популістських стратегій, що апелюють до емоцій і символів [11].

Отже, сучасна політична реальність значною мірою формується через свої особливі медійні конструкти, у яких симулякри відіграють першочергову роль. Вони не лише відображають політичні процеси, а й визначають спосіб їхнього сприйняття. Це створює доволі особливу постмодерну ситуацію, у якій ефективне функціонування демократичних інститутів залежить від здатності суспільства критично оцінювати абсолютно медійні образи та відрізнити їх від дійсних політичних процесів.

Список використаних джерел

1. Baudrillard, J. *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor : University of Michigan Press, 1994. 164 p.
2. Easton, D. *The Political System: An Inquiry into the State of Political Science*. New York : Alfred A. Knopf, 1953. 320 p.
3. Debord, G. *The Society of the Spectacle*. New York : Zone Books, 1994. 154 p.
4. Street, J. *Politics and Popular Culture*. Cambridge : Polity Press, 2011. 224 p.
5. Confessore, N., Yourish, K. \$2 Billion Worth of Free Media for Donald Trump // *The New York Times*. 2016. Режим доступу: <https://www.nytimes.com/2016/03/16/upshot/measuring-donald-trumps-mammoth-advantage-in-free-media.html> (дата звернення: 20.03.2026).
6. Kuhn, R. The 2017 French presidential and parliamentary elections // *Modern & Contemporary France*. 2017. Vol. 25, No. 4. P. 353–358.

7. Enli, G. *Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality*. New York : Peter Lang, 2015. 198 p.
8. Saussure, F. de. *Course in General Linguistics*. New York : McGraw-Hill, 1966. 240 p.
9. Peirce, C. S. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge : Harvard University Press, 1931–1958. Vol. 1–8.
10. McIntyre, L. *Post-Truth*. Cambridge : MIT Press, 2018. 240 p.
11. Moffitt, B. *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford : Stanford University Press, 2016. 220 p.

РОЛЬ І МІСЦЕ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ СПРЯМОВАНOSTІ АБІТУРІЄНТІВ ДО НАВЧАННЯ В ТЕХНІЧНИХ ЗВО

І.А. Луцук, студент,

Науковий керівник - проф. Бондаренко В.В.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Час і геополітична ситуація в нашій країні потребують нагального переосмислення підходів до системи освіти взагалі й вищої технічної, зокрема. Нам належить у найкоротший термін відновити все, що було зруйноване нашим сусідом під час агресії. Для цього країні потрібна велика кількість високопрофесійних інженерних кадрів, чого можливо досягти лише за рахунок удосконалення структури вищої технічної освіти країни. Так було завжди, освіта, як правило, змушена «наздоганяти» умови сучасного виробництва, технології йдуть на крок попереду освітніх програм, а випускникам технічних ЗВО країни часто доводиться надолужувати цей відрив вже в умовах реального виробництва. Саме тому сьогодні, як ніколи раніше, перед вищою технічною освітою стоїть завдання поліпшення підготовки професійних кадрів для умов повоєнного виробництва. А це, у свою чергу, вимагає перегляду змісту, форм та методів роботи технічних ЗВО з метою формування у випускників стійкого інтересу до професійної діяльності, потреби у професійному самовихованні та самоосвіті, моральної, психологічної та практичної готовності до умов «аврального» виробництва.