

<https://doi.org/10.26565/2226-0994-2025-73-23>

УДК 304.17:1(091)«715»

Лідія Комкова

НІККОЛО МАК'ЯВЕЛЛІ У ГЕНЕРАЦІЇ ІДЕЙ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

В статті зазначається, що в умовах інформаційно-комунікативних трансформацій значно підвищується увага філософів до ретельного вивчення моделей управління соціальними відношеннями й організацією людських контактів від повсякденності до цифрового простору завдяки розгляданню таких культур-цивілізаційних координат, що спираються не на примус, а на переконання, символічну комунікацію й соціально-психологічні механізми. Показано, що серед таких практик особливе місце посідає феномен репрезентації особистості й не лише з боку зовнішньої «обгортки», а з боку створення складної семіотичної системи, через яку інституції, колективи, окремі особи як візуальні агенти, актори взаємодіють між собою, викликаючи до своєї активності довіру, міцну надійність і безпеку. В сучасних дискурсивних практиках мова йде про імідж. Відзначається, що в наш час імідж дедалі частіше розглядається як символічний особистісний капітал: ресурс, який надає можливості просування, доступ до соціального престижу та ефективність діяльності в політичній, економічній і науковій сферах. У цьому сенсі імідж перестає бути вторинним епізодом PR-практик і перетворюється на елемент професійної компетентності: вміння комунікувати й підтримувати репутацію стає складовою кваліфікації менеджерів, політиків і фахівців різних галузей, де презентація соціально діючої особистості має визначальне місце. В статті показано, що набувають нової актуальності ідеї видатного мислителя епохи Відродження Нікколо Мак'явеллі та інтерпретація його думок в нових реаліях діджиталізації соціального простору. Крім того, підкреслюється, що аналіз іміджу в контексті сучасних трансформацій виходить за межі суто комунікативних досліджень і стає частиною ширшої гуманітарної проблематики, пов'язаної з особистою самоідентифікацією, механізмами соціального визнання й способами взаємодії індивідів із візуально насиченим середовищем. Стверджується також, що імідж як елемент соціальної присутності формує особливий тип культурної чутливості, в якій поєднуються раціональні стратегії управління враженнями й емоційні реакції аудиторій. У цьому контексті важливо враховувати й динаміку інституційних ролей, що впливають на формування соціальних очікувань і практик взаємодії. Таке поєднання сприяє переосмисленню класичних політичних концептів Мак'явеллі, відкриваючи можливість їх адаптації до медіатизованої культури XXI століття та нових форм цифрової комунікації.

Ключові слова: людина, суспільство, особистість, презентація, комунікація, культура, політика, образ, імідж.

В наш час в межах соціокультурної комунікативності значно зростає запит на прозорість і автентичність відносин в усіх сферах суспільного життя і, перш за все, політики, економіки, культури. На думку української вченої Н. М. Ткаченко, «нині у суспільній свідомості закріпилося уявлення про імідж, як про цінність, від наявності та якості якої залежить як успішність будь-якої діяльності, так і життєвий успіх загалом» [Ткаченко, 2018, с. 134]. Разом з тим, зростає суспільний запит на прозорість і автентичність, отже вимоги до публічної сфери, де панує імідж як загальний символічний образ соціального суб'єкту виявляються подвійними – він мусить бути і ефективним у переслідуванні цілей та інтересів людини, особливо в межах її політичних стратегій. Саме на це в свій час звернув увагу в своїх філософських пошуках видатний представник епохи Відродження Нікколо Мак'явеллі: стосовно уявлень про владу, образ політичного діяча в його публічній активності. Його ідеї і стали підґрунтям подальшого вивчення складних процесів соціокультурної комутації з боку активності соціального суб'єкта та його самопрезентації. Отже, метою дослідження постає аналіз і переосмислення іміджу в

© Комкова Л.А., 2025.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0.

створенні сучасної стратегічної моделі поведінки особистості в сучасній соціокультурній комунікації.

Імідж посідає особливе місце в сучасних соціально-комунікативних практиках як феномен, що в собі поєднує соціально-психологічні, культурні й інформаційні виміри. У різних наукових підходах імідж трактується як специфічна форма репрезентації особистості в її суспільної діяльності. Зокрема, за визначенням Н. В. Барни, імідж постає (від лат. *imago, imago* – образ) як особливий образ відомої особи або речі, який створюється засобами масової інформації, літературою, уявою або самим індивідом [Барна, 2008, с. 7]. У цьому тлумаченні підкреслюється функціональний характер іміджу як інструменту впливу на соціальну поведінку й міжособистісні відносини.

Більш оригінальний підхід до розуміння іміджу пропонує О. М. Плясун, яка розглядає його як цілісний, узагальнений образ об'єкта, що формується у масовій свідомості через систему знакових засобів комунікації й має на меті викликати певне емоційно-оцінне ставлення [Плясун, 2018, с. 70–87]. Цей погляд акцентує увагу на комунікативній природі іміджу, його зв'язку з процесами соціальної інтерпретації та символічної репрезентації.

Водночас «Енциклопедія Сучасної України» визначає імідж як пугучний образ, цілеспрямовано створюваний у суспільній чи індивідуальній свідомості засобами масової комунікації і психологічного впливу [Імідж, 2011]. Це тлумачення поглиблює уявлення про імідж як соціотехнологічне явище, у якому поєднуються елементи раціонального проектування й емоційного впливу.

Очевидно, в усіх підходах простежується спільна думка: імідж – це свідомо сконструйований комунікативний феномен, який формується на перетині інформації, культури й соціальної дії. Його вивчення стає особливо актуальним в епоху масових комунікацій, коли саме візуальні й символічні репрезентації визначають довіру, авторитет і ефективність суб'єктів суспільного життя.

Хоча сам термін «імідж» увійшов у науковий обіг і повсякденне вживання лише в середині ХХ століття, це зовсім не означає, що людство не займалося управлінням враження від особистісної активності людини раніше. Ідея свідомого формування власного образу, впливу на оточення через зовнішні ознаки, поведінку, манеру мовлення й символіку має глибоке історико-філософське коріння.

Уже в античності формування уявлення про особистість як цілісний образ – поєднання зовнішньої поведінки, моральних якостей і мовного впливу – було предметом глибоких роздумів філософів. Зокрема, Арістотель підкреслював, що сила переконання промовця залежить не лише від логіки чи аргументів, а й від його особистого образу, довіри, яку він викликає у слухачів. Як зазначав мислитель: «Переконання досягається завдяки особистим якостям оратора, коли промова виголошується таким чином, що ми вважаємо його надійним» [Aristotle, 1356a, с. 26].

У римській філософії поняття образу набуває морального і соціального виміру. Сенека у «Моральних листах до Луцілія» наголошує на постійному моральному самоконтролі людини: «Живи так, мовби я чув про всі твої вчинки, радше – мовби їх бачив» [Сенека, 2022, с. 52] (в інших переказах цей вислів часто подається як «Живи так, ніби тебе завжди бачать») – тим самим указуючи, що людина постійно перебуває під поглядом суспільства, а отже, має відповідально формувати власний моральний і поведінковий образ. Відтак, уже в античній філософії імідж поставав не лише як зовнішня форма, а як прояв внутрішньої гармонії, етичності й переконливості особистості.

У добу Відродження ідея образу людини набуває нового, глибшого змісту – вона більше не розглядається лише як віддзеркалення божественного задуму, а як результат свідомого самотворення. Саме в цей час гуманісти, такі як Марсіліо Фічіно, Лоренцо Валла, Данте Аліґ'єрі, розглядали людину як творця власної долі, носія розуму, волі та гідності. Як писав Джованні Піко делла Мірандола у своїй знаменитій «Промові про гідність людини»: «Ми зробили тебе не небесним, не земним, не смертним, не безсмертним, щоб ти сам,

немов вільний і почесний скульптор і творець самого себе, виліпив себе у тому образі, який тобі до вподоби» [Піко делла Мірандола, 2013, с. 45].

Ця думка започатковує нову антропологічну парадигму – уявлення про людину як митця власного образу і стає фундаментальною для подальших уявлень про природу іміджу, який починає сприйматися не як пасивне відображення, а як активний конструкт. Ідея самотворення, формування власного образу, здатного впливати на інших, поступово виходить за межі етичного чи естетичного виміру, набуваючи соціально-політичного сенсу. Саме тут зароджується те, що у пізніші епохи буде осмислене як «імідж» – свідомо вибудований спрямований на управління враженням образ.

У цьому контексті особливе місце посідають праці Нікколо Мак'явеллі – мислителя, який не лише увібрав дух Ренесансу, але й радикально змінив уявлення про політику, владу і людську природу. Мак'явеллі – людина доби, коли художня творчість, наука і політична думка перетиналися в єдиному пошуку закономірностей людської поведінки.

Нікколо Мак'явеллі (Niccolò Machiavelli, 1469–1527) – флорентійський мислитель, дипломат і політичний діяч епохи Відродження, один із засновників модерної політичної філософії. Народився у Флоренції в родині юриста, здобув класичну гуманітарну освіту, що сформувала його інтерес до історії, державного управління та політичної етики. Після падіння влади Медічі у 1498 році Мак'явеллі був призначений другим канцлером Флорентійської Республіки. Упродовж чотирнадцяти років він виконував дипломатичні місії до провідних європейських дворів, займався реформуванням системи управління та ініціював створення громадянського війська, покликаного замінити ненадійних найманців.

Після повернення Медічі до влади в 1512 році, Мак'явеллі було усунуто з посад, ув'язнено і відправлено у коротке заслання. Саме в цей період політичної ізоляції він створив свої найвідоміші твори – «Державець» («*Il Principe*») та «Роздуми про першу декаду Тіта Лівія» («*Discorsi sopra la prima deca di Tito Livio*»), у яких виклав засади реалістичної політики, механізми влади й принципи раціонального управління. Його праця «Державець» вважається одним із найвпливовіших політичних трактатів усіх часів, що започаткував еру політичного реалізму. У 1520 році, за дорученням кардинала Джуліо Медічі, Мак'явеллі розпочав роботу над твором «Флорентійські хроніки» («*Istorie Fiorentine*»), який завершив у 1525 році і де простежив політичну еволюцію рідного міста, розкрив причини конфліктів між аристократією та народом і показав, як людські пристрасті, амбіції й боротьба за владу визначають хід історії.

Мак'явеллі здобув видатне місце в історії політичної думки. Його, мабуть, найчастіше вважають «вчителем зла», політичним реалістом, що консультує тиранів, і гордим пропагандистом так званого мак'явеллізму... Проте цей образ далеко не єдиний. [Bíba, Franěk, 2023, p. 1-7.]

Дійсно, інтерпретації Мак'явеллі у сучасній політичній філософії помітно різняться. Дж. А. Покок у своїй концепції «*machiavellian moment*» розглядає його як мислителя громадянської республіканської доблесті, зосередженого на нестабільності політичних порядків і необхідності постійного оновлення громадянського духу [Roscok, 2016]. Гарві Менсфілд, навпаки, підкреслює радикалізм Мак'явеллі, трактуючи його як автора, що свідомо дистанціюється від традиційної моралі й вводить нову науку політики, де сила «зовнішньої видимості» стає ключовою [Mansfield, 1996]. Лео Штраус іде ще далі й тлумачить його як «вчителя зла», тобто мислителя, який свідомо секуляризує політику й легітимізує маніпуляцію задля влади [Strauss, 1958]. У противагу такому прочитанню, Квентін Скіннер шукає у Мак'явеллі інтелектуальний контекст і пропонує трактувати його не як цинічного маніпулятора, а як теоретика свободи республіки, для якої добрий імідж і підтримка громадян є життєвою умовою [Skinner, 2008]. Еріка Беннер розвиває цю ревізійністську лінію, доводячи, що Мак'явеллі не пропонував аморальної доктрини, а радше наголошував на прозорості й відповідальності влади, прихованих під іронічною риторикою його текстів [Benner, 2017]. Жан-Клод Занкаріні вважає, що Мак'явеллі – не є автором формули «ціль виправдовує засоби», а є мислителем, чия політична теорія

можна зрозуміти лише в її історичному, мовному й республіканському контексті [Fournel, Zancarini, 2022]. Отже, як зауважує Ф. М. Кирилюк, «Творчий доробок Мак'явеллі був і залишається одним із найбільш суперечливих в історії світової політичної думки. Частина вчених захоплена його цитує і називає початком сучасної політики, інші готові власноруч спалювати його праці через їх «аморальність». Існують і такі тлумачення, що буцім він не мав особливого інтересу до філософії й схильності до узагальнення, або ж просто констатував свої положення і фактично ніколи не пробував хоч якось їх обґрунтувати» [Кирилюк, 2021, с. 55-69].

У своїх творах Мак'явеллі вперше системно розглядає образ правителя як інструмент впливу та управління, продуманий засіб формування громадської думки, частину політичної стратегії. Специфіка мак'явеллівського мислення полягає в умінні розглядати поведінку людини через призму взаємного сприйняття. Для нього ефективність дій визначається не лише їх змістом, а тим, як вони виглядають для інших. Тому правитель повинен уміти передбачати реакції людей, управляти їхніми уявленнями й узгоджувати свої кроки з очікуваннями натовпу.

Цю ідею яскраво ілюструє вислів Мак'явеллі: «Люди взагалі судять більше на око, ніж на дотик. Дивитися може всякий, а торкатися – лише декотрі. Кожен бачить тебе так, як ти йому здаєшся, тільки декотрі можуть відчувати, який ти насправді, і ці декотрі навряд щоб виступили проти думки більшості, підпертої могутністю влади» [Мак'явеллі, 2007, с. 464]. У цьому фрагменті відображено глибоке розуміння психології мас і сутності політичного іміджу: влада тримається не лише на силі, а й на переконливості образу.

Мак'явеллі розмірковує про образ правителя не як про випадковий зовнішній ефект, а як про свідомо сконструйований образ – (*имал.* – *simulatore* та *dissimulatore*), тобто прикидача та майстра удавання. У цьому сенсі поведінка правителя постає як театр, у якому роль повинна бути зіграна переконливо й послідовно, а політична ефективність часто залежить не від реальних моральних якостей, а від уміння створювати й підтримувати образ, що викликає довіру й страх у потрібних пропорціях.

В «Державці» Мак'явеллі прямо формулює необхідність володіння мистецтвом гри: правитель має вміти приховувати справжні наміри, змінювати тональність поведінки залежно від політичної ситуації та ставити вигляд вище натури. Звідси його радикальний висновок – «бути великим лицеміром: адже люди такі простодушні, такі недалеко в своїх нетерплячих домаганнях, що ошуканець завжди знайде того, кого можна ошукати» [Мак'явеллі, 2007, с. 464]. Його концепція показує: влада тримається не лише на силі чи законах, а й на керованій видимості, на вмінні створити й підтримувати публічний образ, який відповідає сподіванням підданих.

У сучасному медійному середовищі, де межа між публічним і приватним розмита, маска стає невід'ємним елементом самопрезентації особистості. Українські дослідниці Г. П. Чміль і Н. С. Корабльова вважають, що рольова реальність, яка відноситься до таких символів як «мова, міф, мистецтво, релігія, може бути ключем у пізнанні природи людини і в її самопізнанні. Наголос робиться на тих екзистенціальних параметрах буття людини, які співмірні реальному буттю, що не прагне до кантівського імперативу чи екзистенціального пафосу месії у творенні власного рольового простору, але бажає самореалізації і самоздійснення» [Чміль, Корабльова, 2013, с. 98]. Дослідниці зауважують, що в культурі екранів і віртуального взаємодія «користувач Інтернету отримує, практично, необмежені можливості для самореалізації в образах, ролях, іміджах, масках», тобто особистість презентує себе не так через внутрішній зміст, як через сконструйовані образи [Чміль, Корабльова, 2013, с. 85]. Далі вони доповнюють, що «роль може виступати засобом творення людиною самої себе, інструментом самопізнання, істиною про самого себе, оскільки людина більше і глибше самої себе. Творячи образи-ролі на підставі екзистенційного досвіду, особа намагається зрозуміти себе, гостро переживає власне Я, свою унікальність, що визначається внутрішнім світом, який співвідноситься не зі світом, космосом чи суспільством, а з досконалою, довершеною особою, яка включає в себе це Я,

підіймаючись до рівня цінностей в їх особистості і інакшості, тим самим стверджуючи самоцінність індивідуальності [Чміль, Корабльова, 2013, с. 104]. Авторки також наголошують, що маска (личина) в сучасному контексті – це спосіб відокремлення образу від плоті, що веде до певного відчуження від автентичного Я. Як вони пишуть: «у створеній новими медіа культурі йде послідовний процес віртуалізації як відчуження – відчуження людини від власної плоті в процесі користування віртуалом і перетворення її (людини) на потік електронної інформації ...» [Чміль, Корабльова, 2013, с. 234].

Отже, саме ці концепти личини та маски, сформульовані Чміль і Корабльовою, дають змогу поглибити мак'явеллівську інтерпретацію іміджу. У них маска постає як культурний і медійний механізм конструювання суб'єктності, що визначає способи репрезентації людини в сучасному візуальному просторі й знову актуалізує межі між видимим і справжнім.

Натомість у Мак'явеллі маска має передусім політичний вимір: це інструмент стратегічного самопред'явлення, свідомої гри образів і маніпуляції суспільною думкою в реальному політичному просторі.

У творах Нікколо Мак'явеллі терміни «маска», «лик» чи «личина» (*maschera*) безпосередньо майже не вживаються, проте сама ідея роздвоєння між справжньою сутністю правителя та його політично корисною зовнішністю є для нього фундаментальною. Ключові поняття, якими Мак'явеллі описує політичну «маску», – це *parere* («здаватися»), *apparenza* («зовнішність»), *sembianza* («видимість»). Змістовно вони збігаються з тим, що він називає «видимістю чесноти» (*apparenza della virtù*), яка нерідко важливіша за реальну чесноту. Саме протиставлення *essere e parere* – «бути і здаватися» – посідає ключове місце в його політичній антропології.

У трактаті «Державець» це найвиразніше з'являється в розділі XVIII, де Мак'явеллі стверджує, що володареві необхідно не лише мати чесноти, а й уміти здаватися (*imale parere*) чеснотливим навіть тоді, коли обставини змушують діяти всупереч чесноті. Він підкреслює, що «правитель повинен виглядати співчутливим, вірним, людяним, щирим і релігійним, але водночас бути готовим відкинути ці якості, якщо цього потребує утримання влади» [Machiavelli, 1961, p. 65].

В українському перекладі читаємо: «Отже, владареві зовсім не обов'язково мати всі ці згадані чесноти, але обов'язково треба поводитися так, ніби він їх має. Більше того, я наважусь навіть сказати, що коли він має ці чесноти і завжди згідно з ними чинить, то це небезпечно, і що завжди краще тільки вдавати, ніби ти їх маєш. Владар повинен здаватися милосердним, вірним, людяним, щирим, побожним, але йому треба так панувати над собою, щоб при потребі він міг стати зовсім інакшим і робити все навпаки» [Мак'явеллі, 2007, с. 464]. Мак'явеллі наполягає: правитель, який прагне ефективно діяти в мінливому й конфліктному полі влади, повинен увібрати в себе риси, продиктовані самою природою. Йдеться не про біологічну подібність, а про стратегічне засвоєння поведінкових моделей – своєрідних символічних архетипів, що уособлюють дві базові політичні чесноти.

Перша чеснота втілена в образі «лева» – істоти, що своєю силою й величиною здатна відлякати ворогів одним лише риком. Лев у Мак'явеллі символізує відкриту, демонстративну потугу: рішучість, сміливість, здатність стримувати зовнішні загрози й водночас утілювати веліч державної влади.

Друга чеснота постає в образі «лисиці» – тварини, наділеної хитрістю та уважністю, здатної побачити й уникнути пасток, що недоступні прямолінійному левові. Лисиця для Мак'явеллі – це символ стратегічного інтелекту, обережності, уміння читати наміри інших і діяти не силою, а передбаченням.

Лише поєднавши в собі ці дві природи – силу й хитрість, прямоту й обережність – правитель здатен не лише утримувати владу, а й реалізовувати політичні цілі в умовах непередбачуваних соціальних колізій. Саме тому Мак'явеллі так точно формулює природу політичного іміджмейкінгу як мистецтва поєднання зовнішньої демонстрації й внутрішньої гри образів: «Оскільки владар змушений добре наслідувати звіра, він повинен взяти за

приклад лиса й лева: перший беззахисний проти сітей, а другий беззахисний проти вовків. Отже, треба бути лисом, щоб розпізнати сильце, і левом, щоб лякати вовків. Покладатися лише на одну лев'ячу силу, значить, нічого не розуміти. Хто спритніше за інших зумів діяти по-лисячому, той і виграв. Одначе треба навчитися добре приховувати в собі лиса» [Мак'явеллі, 2007, с. 463].

У цьому фрагменті формулюється ключовий принцип іміджевої політики: володар має не лише бути сильним або хитрим, а вміти «керувати власним образом», дозовано відкривати чи приховувати риси, що формують його політичну ефективність. Відтак, імідж постає як складна стратегія поведінкової гнучкості та продуманої видимості – ядро політичного мислення Мак'явеллі.

Один із найвизначніших сучасних істориків політичної думки, філософ і співзасновник Кембриджської школи інтелектуальної історії Квентін Скіннер пише: «Мак'явеллі цілком усвідомлював, що його новий аналіз *virtù* державця породжує нові труднощі. Він формулює головну дилему в розділі XV: з одного боку, «правитель, що прагне зберегти владу, мусить бути готовим чинити аморально, коли це стає необхідним»; з іншого – він повинен остерігатися набуття репутації лиходія, бо це зруйнує його владу замість того, щоб її укріпити» [Skinner, 2008, S. 66].

Відомий французький дослідник праць Мак'явеллі і його інтелектуальний біограф Жан-Клод Занкаріні слушно зауважує, що феномен Мак'явеллі не піддається остаточному трактуванню. Він пише: «Існує небагато авторів в історії ідей і в історії літератури (оскільки йдеться ще й про літературу, адже написане Мак'явеллі пропонує своєрідне використання мови та формальні вибори, що слугують істиною про історію людей), які викликали б настільки постійну і, водночас, настільки роздільну увагу. Протягом п'яти століть Мак'явеллі був об'єктом дискусій, аналізів, нескінченних, ніколи не мирних дебатів. Мак'явеллі завжди був, є і буде джерелом розбіжностей, що, ймовірно, йому б навіть сподобалось. Італійський філософ Бенедетто Кроче писав у минулому столітті, що це питання ніколи не буде вирішене, а глава ця ніколи не буде закрита» [Fournel, Zancarini, 2022, p. 20].

Ця оцінка добре передає особливість мак'явеллієвського проєкту: він не лише створює політичні формули, а й провокує інтелектуальну незгоду, змушує мислити крізь суперечності й парадокси людської поведінки. Саме тому Мак'явеллі посідає унікальне місце між філософією, історією та літературою – його стиль поєднує холодний аналіз фактів із вражаючою образністю, яка відкриває політичну реальність як драматичну сцену масок, характерів і стратегічних жестів.

Хоча «Державець» був написаний понад п'ятсот років тому, його інтелектуальна енергія й досі резонує в сучасних культурних і соціальних контекстах. Одним із показових прикладів такої актуалізації стала книга Жана-Батіста Геннекена «Мак'явеллі для мого сина», у якій французький політконсультант і керівник університету пропонує інтерпретацію мак'явеллієвських ідей крізь призму викликів XXI століття. «Державець Нікколо Мак'явеллі залишився молодим. Ти сам – цей Державець. Існує царина, яку ти можеш завоювати завдяки своїм умінням», – звертається автор до читача, прямо вказуючи на універсальність і позачасовість мак'явеллієвської настанови діяти активно й стратегічно [Hennequin, 2020, S. 8]. Геннекен підкреслює, що механізми боротьби за вплив, самоствердження і владу, які описував Мак'явеллі, залишаються чинними й сьогодні – у світі, де суперництво, страх, випадковість і необхідність так само визначають логіку подій. Він зауважує: «Світ не є ні добрим, ні злим – він підкоряється лише своїй логіці, своєрідному невизначеному рівнянню, вільному від будь-яких моральних правил. Він підпорядкований незбагненному, дикому потоку подій, який Мак'явеллі називає „долею“ (*fortuna*), що виникає з випадку й необхідності» [Hennequin, 2020, S. 9].

Отже в сучасному прочитанні й інтерпретації ідей Мак'явеллі для більш глибокого розуміння феномену іміджу особливого значення набувають питання самопрезентації особистості, стратегічного контролю над власною «видимістю» й вміння втілювати її в межах конкретної ситуації чи події. У контексті суспільних відносин, обумовлених

інформаційним простором, такі навички постають тією самою грою, чим для ренесансного правителя були хитрість лиса й сила лева, тобто засобами орієнтації в складному, часто непередбачуваному світі. Відтак, модерна рецепція «Державця» демонструє, що мак'явеллівські принципи реалістичного мислення до самостворення іміджевого впливу залишаються продуктивними не лише в політичному аналізі, але й у формуванні сучасної публічної ідентичності людини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Барна Н. В. *Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання* / За наук. ред. В. М. Бебика. Київ: Університет «Україна», 2008. 217 с.
- Імідж / С. І. Грабовський / *Енциклопедія Сучасної України* [Електронний ресурс] / редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.]; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2011. URL: <https://esu.com.ua/article-13264>
- Кирилюк Ф. М. «Realpolitik» – основа формування класичного мак'явеллізму. *Політологічний вісник: Збірник наукових праць*. 2021. № 87. С. 55-69. <https://doi.org/10.17721/2415-881x.2021.87.55-69>
- Мак'явеллі Н. *Флорентійські хроніки; Державець* / Пер. з іт. А. Перепаді. Харків. Фоліо, 2007. 511 с.
- Піко делла Мірандола, Дж. Промова про гідність людини / пер. Назарій Назаров. *Всесвіт*. 2013. № 11–12.
- Плясун, О. М. Категорія «імідж» у сучасній гуманітаристиці: проблема та її наукові дискурси. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. Вип. XXXV. 2018. С. 70–87.
- Сенека А. А. *Моральні листи до Луцілія* / пер. з лат. А. Содомори. Львів: Апріорі, 2022. 552 с.
- Ткаченко Н. Генезис уявлень про імідж в історії людства. *Інноваційна педагогіка*. 2018. Вип. 5. С. 133-137.
- Чміль Г. Корабльова Н. *Візуалізація реального в сучасному культурному просторі: Монографія*. Київ. Ін-т культурології НАМУ, 2013. 256 с.
- Aristotle, *Rhetoric* / trans. W. Rhys Roberts. New York: The Modern Library, 1954. 310 p.
- Bíba, J., Franěk, J. Machiavelli and Contemporary Politics. *Theoria: A Journal of Social and Political Theory*. 2023. 70(174). P. 1-7. <https://doi.org/10.3167/th.2023.7017401>
- Fournel J.-L., Zancarini J.-C. *Machiavel, une vie en guerres*. Paris. Alpha, 2022. 622 p.
- Hennequin J.-B. *Machiavelli für meinen Sohn*. Weinheim–Basel: Beltz Verlag, 2020. 192 S.
- Machiavelli N. *Il Principe* (ed. L. Firpo.). Torino: Einaudi. 1961. 102 p.
- Mansfield H. C. *Machiavelli's Virtue*. Chicago: University of Chicago Press, 1996. 460 p.
- Pocock J. G. A. *The Machiavellian Moment: Florentine Political Thought and the Atlantic Republican Tradition*. Princeton: Princeton University Press, 2016. 664 p.
- Skinner Q. *Niccolò Machiavelli zur Einführung*. Übers. von Martin Suhr. Hamburg: Junius Verlag, 2008. 148 S.
- Strauss Leo. *Thoughts on Machiavelli*. Chicago: University of Chicago Press, 1958. 348 p.

Комкова Лідія Анатоліївна

аспірантка кафедри філософії та суспільних наук
гуманітарно-правовий факультет,
Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»
вул. Вадима Манька, 17, Харків, 61070, Україна
E-mail: l.a.komkova@khai.edu
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3107-7289>

Стаття надійшла до редакції 10.08.2025

Стаття рекомендована до друку 12.10.2025

Переглянуто 29.09.2025

Опубліковано 24.11.2025

NICCOLÒ MACHIAVELLI IN THE GENERATION OF IDEAS ON PERSONALITY SELF-PRESENTATION

Komkova Lidiya A.

Postgraduate Student, Department of Philosophy and Social Sciences

Faculty of Humanities and Law

National Aerospace University "Kharkiv Aviation Institute"

17 Vadym Manko Str., Kharkiv, 61070, Ukraine

E-mail: l.a.komkova@khai.edu

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3107-7289>

ABSTRACT

The article notes that under conditions of information-communicative transformations, philosophers are increasingly focused on the thorough study of models for managing social relations and organizing human interactions – from everyday life to the digital sphere – by examining those cultural and civilizational coordinates that rely not on coercion but on persuasion, symbolic communication, and socio-psychological mechanisms. It is shown that among such practices a special place is occupied by the phenomenon of personal representation, not only in terms of an external “wrapper,” but in terms of creating a complex semiotic system through which institutions, collectives, and individuals – as visual agents and actors – interact with one another, generating trust, strong reliability, and a sense of security in response to their activity. In contemporary discursive practices, this refers to image. It is noted that today image is increasingly regarded as symbolic personal capital: a resource that provides opportunities for advancement, access to social prestige, and effectiveness of activity in the political, economic, and scientific spheres. In this sense, image ceases to be a secondary episode of PR practices and becomes an element of professional competence: the ability to communicate and maintain a reputation becomes a component of the qualification of managers, politicians, and specialists in various fields, where the presentation of a socially active individual occupies a defining place. In the article, it is demonstrated that the ideas of the outstanding Renaissance thinker Niccolò Machiavelli gain renewed relevance, alongside the interpretation of his thoughts within the new realities of the digitalization of social space. Additionally, it is emphasized that the analysis of image in the context of contemporary transformations goes beyond purely communicative studies and becomes part of a broader humanitarian problematics, related to personal self-identification, mechanisms of social recognition, and ways in which individuals interact with visually saturated environments. It is also argued that image, as an element of social presence, shapes a particular type of cultural sensitivity, in which rational strategies of impression management are combined with the emotional responses of audiences. In this context, it is also important to consider the dynamics of institutional roles, which influence the formation of social expectations and interaction practices. This combination facilitates a rethinking of Machiavelli's classical political concepts, opening the possibility for their adaptation to the mediatized culture of the 21st century and new forms of digital communication.

Keywords: *human, society, personality, presentation, communication, culture, politics, image, personal image.*

REFERENCES

- Barna, N. V. (2008). *Imageology: Teaching aids for distance learning* / Scientific editor V. M. Bebyk. Kyiv: University "Ukraine". (In Ukrainian)
- Image (2011). / S. I. Grabovsky / Encyclopedia of Modern Ukraine [Electronic resource] / editors: I. M. Dzyuba, A. I. Zhukovsky, M. G. Zheleznyak [and others]; NAS of Ukraine, National School of Science. Kyiv: Institute of Encyclopedic Research NAS of Ukraine. URL: <https://esu.com.ua/article-13264> (In Ukrainian)
- Kyryliuk, F. M. (2021). «Realpolitik» — the basis of formation of classical machiavellism. *Politology bulletin: Collection of scientific works*, 87, 55-69. <https://doi.org/10.17721/2415-881x.2021.87.55-69> (In Ukrainian)
- Machiavelli, N. (2007). *Florentine Chronicles; Il Principe* / Transl. from it. A. Perepadi. Kharkiv: Folio. (In Ukrainian)
- Pico della Mirandola, J. (2013). *Speech on the dignity of man* / transl. N. Nazarov. *Universe*, 11–12. (In Ukrainian)

- Pliasun, O. M. (2018). The category of "image" in modern humanities: the problem and its scientific discourses. *Current problems of Ukrainian linguistics: theory and practice*. Vol. XXXV, 70–87. (In Ukrainian)
- Seneca, L. (2022). *A. Moral letters to Lucilius* / transl. from Latin. A. Sodomora. Lviv: Apriori. (In Ukrainian)
- Tkachenko, N. (2018). Genesis of ideas about the image in the history of mankind. *Innovative pedagogy*, 5, 133-137. (In Ukrainian)
- Chmil, G. Korableva, N. (2018). *Visualization of the real in the modern cultural space: Monograph*. Kyiv. Institute of Cultural Studies of the National Academy of Sciences, 2013. (In Ukrainian)
- Aristotle (1954). *Rhetoric* / trans. W. Rhys Roberts. New York: The Modern Library.
- Bíba, J., Franěk, J. (2023). Machiavelli and Contemporary Politics. *Theoria: A Journal of Social and Political Theory*, 70(174), 1-7. <https://doi.org/10.3167/th.2023.7017401>
- Fournel, J.-L., Zancarini J.-C. (2022). *Machiavel, une vie en guerres*. Paris. Alpha.
- Hennequin, J.-B. (2020). *Machiavelli für meinen Sohn*. Weinheim–Basel: Beltz Verlag.
- Machiavelli, N. (1961). *Il Principe* (ed. L. Firpo.). Torino: Einaudi.
- Mansfield, H. C. (1996). *Machiavelli's Virtue*. Chicago: University of Chicago Press.
- Pocock, J. G. A. (2016). *The Machiavellian Moment: Florentine Political Thought and the Atlantic Republican Tradition*. Princeton: Princeton University Press.
- Skinner, Q. (2008). *Niccolò Machiavelli zur Einführung*. Übers. von Martin Suhr. Hamburg: Junius Verlag.
- Strauss, Leo. (1958). *Thoughts on Machiavelli*. Chicago: University of Chicago Press.

The article was received by the editors 10.08.2025

The article was revised 29.09.2025

The article is recommended for printing 12.10.2025

This article published 24.11.2025

Як цитувати: Комкова, Л. (2025). НИКОЛО МАК'ЯВЕЛЛІ У ГЕНЕРАЦІЇ ІДЕЙ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філософія. Філософські перипетії», (73), 239-247. <https://doi.org/10.26565/2226-0994-2025-73-23>

In cites: Komkova, L. (2025). NICCOLÒ MACHIAVELLI IN THE GENERATION OF IDEAS ON PERSONALITY SELF-PRESENTATION. *The Journal of V. N. Karaz'in Kharkiv National University, Series Philosophy. Philosophical Peripeteias*, (73), 239-247. <https://doi.org/10.26565/2226-0994-2025-73-23> [In Ukrainian]