

УДК 111.11:111.32:27-587.6(043.3)  
DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v048.2024.9>

**В. О. Крилова (Вселена Світла)**

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6675-3433>

кандидат філософських наук, докторант

Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

## МЕДІЙНА ХАРИЗМА ЯК РЕЗУЛЬТАТ ПОСДНАННЯ ЕКРАННОГО ОБРАЗУ І РЕАЛЬНИХ РИС ОСОБИСТОСТІ ТА ЇЇ ПРОЯВИ У КІНЕМАТОГРАФІ

**Постановка проблеми.** Сучасні медіа засновуються на демонстрації концентрованих образів харизматичних героїв, які, завдяки своїй медійності, стають лідерами думок й фаворитами масового глядача, часто-густо впливаючи на його світогляд, спонукаючи наслідувати власним цінностям та способу самовираження. Проте медійні образи харизматиків не завжди відповідають їх справжній особистості, в результаті чого вводять у оману своїх прихильників, демонструючи вигідний для їх популярності образ та сповідуючи певні цінності.

Спокуса людини трансформувати за допомогою медіа свою харизму, зробити її більш прикрашеною, відточеною, демонстративною тощо, може утворювати двоїстість медійної самопрезентації та життя і навіть призвести до внутрішнього конфлікту або бути його результатом. Медійна харизма все більше виражає гру людини у вдаваного себе, тому набуває все більшої маніпулятивності, демонстративності та масовості. В результаті, стаючи іконами, ідолами для мас, несвідомо закликаючи до наслідування або просто самостверджуючись, часто маючи всередині внутрішній конфлікт, медійні харизматики породжують лише фанатів, що бездумно повторюють за ними, втрачаючи можливість самостійно актуалізувати власну неповторну харизму.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми.** Об'ємне дослідження феномену харизми у соціумі здійснювали М. Вебер, Е. Трьюльч, Д. Еммет, Р. Зом та інші. Харизму у контексті політичного лідерства аналізують Ж. Блондель, Р. Гласман, К. Льовенштейн, У. Сватос, К. Фрідріх, А. Уілнер, А. Швейцер та інші.

Специфіку проявів сучасної харизми та феномен харизматичної комунікації у своїх роботах аналізують Дж. Антонакіс, Р. Даліо, В. ван Едвардс, Ніколаус Б. Енкельман, О. Ф. Кабейн, П. Кінг, Дж. Н. Ландрам, Дж. С. Най, Й. Менге, Р. Ріджіо, Ч. Хуперт та інші.

Феномен харизми відомої людини, що закликає до наслідування у політиці, релігії та мас-медіа осмислює Д. Абербах. Дослідження «ефекту харизми» та методи його набуття у комунікації здійснює Е. Лей.

Аналіз мас, масової свідомості та масової культури у своїх дослідженнях здійснюють Ж. Бодрійяр, Г. Дебор, С. Московічі, Х. Ортега-і-Гассет, Е. Фромм, У. Еко та інші.

Феномен медіа як зовнішніх розширень людини досліджує М. Маклюен, Віртуальну реальність як гіперреальність та її симулякри аналізує Ж. Бодрійяр.

Специфіку нових та соціальних медіа, їх вплив на комунікацію людини осмислюють такі українські дослідники як Т. Братчикова, З. Григорова, Л. Городенко, О. Горошко, О. Коневщинська та інші.

Методологічними ключами нашого дослідження виступає підхід метаантропології харизми, заснований на теорії метаантропології Н. Хамітова, у координатах якої автор осмислює буденне, граничне і метаграничне буття людини, а також буденний, особистісний і філософський типи світогляду, що відповідають цим вимірам буття. У буденному бутті людина скеровується волею до самозбереження і продовження роду [11, с. 30], у граничному – волею до пізнання, самопізнання і творчості [11, с. 53–54], у метаграничному – волею до свободи, любові й толерантності [11, с. 33–34].

У межах підходу метаантропології харизми, цей феномен осягається як особистісний вияв людини та результат її світогляду, що формує її специфічний екзистенціальний шарм. При цьому автором аналізуються такі типи харизми людини як екзистенціально-тілесна, екзистенціально-особистісна та екзистенціально-комунікативна харизма [8]. Важливим видається підхід Й. Хейзинги, згідно з яким автор осмислює феномен гри, як значущий аспект життя людини і суспільства. Евристично цінним виступає ідея М. Маклюена, про медіа, що виступають «зовнішніми розширеннями людини», що дозволяє розвинути концепт медійної харизми як концентрату реальної харизми людини.

**Мета статті.** Аналіз зазначених публікацій дозволяє зробити висновок, що хоча феномен харизми взагалі й деякі соціальні аспекти харизми у медіа зокрема були достатньо системно проаналізовані у роботах названих дослідників, проте їх екзистенціальна специфіка, що є вирі-

шальною у реалізації медійної харизми в бутті людини та засновує її характер, залишилась недостатньо висвітленою у перерахованих дослідженнях. Тому метою статті є комплексне дослідження феномену медійної харизми, як результату впливової екранної самопрезентації або акторської гри, що повністю або частково відповідає дійсній особистості людини, або ж виступає протилежною їй. Таке дослідження дозволить розмежувати дійсну харизму людини та її імітацію на екрані, а також усвідомити особливості деструктивних медійних харизматиків, що можуть виступати можливими прикладами наслідування для глядачів. Означена мета потребує вирішення наступних завдань: дати визначення феномену медійної харизми людини, досягнути екзистенціальні типи медійної харизми, дослідити аспекти прояву медійної харизми на екрані, зокрема у кінематографі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Медіа взагалі та кіно зокрема є унікальним засобом реалізації харизми людини. Об'єктив кіно або відео-камери, ніби детектор брехні, виявляє усі недоліки публічного самовираження людини, водночас потребуючи від неї як харизматичної органічності, так і майстерності медійної самопрезентації або акторської гри.

Значний інтерес після перегляду кінофільму може викликати не лише головний герой, а й сама особистість актора, у якій, так чи інакше, проявляється його харизма. Більше того, поціновувачі кінематографу можуть зацікавитися й особистістю режисера та інших членів знімальної групи, адже їх харизма є помітною у режисерському, операторському стилі, чуттєвих діалогах та сценарних поворотах, що викликають співпереживання героям. Кінець XX та початок XXI століття ознаменувались популярністю таких акторів як Аль Пачіно, Анджеліна Джолі, Хав'єр Бардем, Роберт Дауні молодший, Джонні Депп, Дензел Вашингтон, Леонардо ді Капріо, Бенедікт Камбербетч, Пенелопа Крус, Бред Пітт, Ніколь Кідман, Кіану Рівз, Мадс Міккельсен, Пріянка Чопра, Шахрух Хан, Ентоні Хопкінс та інші. Дані актори отримали захват і любов глядачів з усього світу завдяки своїй харизмі, не зважаючи на те, що герої, яких вони втілюють на екрані не завжди демонструють моральну зразковість.

Дивовижною властивістю медіа, та зокрема, кінематографу, є подача образів головних героїв як неодмінно харизматичних. Найявніми є помітна сугестивність медійної харизми кіноактора, її міфічність з одного боку та реалістичність з іншого, а також концентрованість, що викликають не лише емпатію глядача, а й співпереживання долі героя та його особистості. Таке співпереживання посилюється і завдяки участі у фільмі зірки світового масштабу, подивитися на харизму якої глядачі йдуть до кінотеатру або перегляда-

ють фільм на комп'ютері. Режисерські та операторські рішення, що вдало підкреслюють сильні якості персонажа та самого актора демонструють незабутній харизматичний образ героя на кіноекрані.

Будь-який втілений харизматиком образ героя у фільмі виражає комплекс властивих йому особистісних якостей, світогляду, стилю життя та зовнішнього вигляду, які створюються цілою командою медійних творців і складають основу медійної харизми. Отже, можна сказати, що медійною харизмою виступає технологічний екзистенціальний шарм людини, відтворений ним та іншими професіоналами за допомогою спеціфічних засобів екранної виразності (художнє світло, монтаж, музика тощо) та реалізований ними у завершеному медійному проекті (фільмі, кліпі, рекламному ролику, телепрограмі тощо).

Часто, постулюючи певні індивідуальні та соціальні цінності на екрані, харизматичні актори та їх герої стають прикладами наслідування для масового глядача, але такі цінності не завжди виступають конструктивними та гуманістичними. Підтвердженням цього є значна кількість харизматичних кіно-героїв, що уособлюють у західному кінематографі образи злодіїв (Роберт Макколл у «Великому зрівнювачі», Домінік Торетто у фільмі «Форсаж», Жан-батіст-Гренуй у фільмі «Парфюмер» та інші), яким щиро співпереживають глядачі упродовж перегляду фільму, незважаючи на те, що вони демонструють деструктивну харизму. Більше того, такі харизматики стають культовими, викликають захват у масового глядача, а іноді й навіть бажання бути схожими на них.

Виникає питання, чи можна говорити про те, що, втілюючи на екрані харизму свого героя, актор реалізує і свою, або це лише маска, яку він вдало надягає на обличчя, імітуючи чужу для себе харизму своєю акторською майстерністю?

Якщо харизма людини у вищих своїх проявах виражає щирість та спонтанність особистості, то медійна харизма здебільшого припускає продуманість гри, відточеність поведінкової майстерності та вміння подати цю майстерність на екрані. Актор кіно на екрані може демонструвати харизматичну грайливість, грати у харизматичного героя і грати власною харизмою. У контексті аналізу реальних та медійних проявів харизми евристично плідним видається підхід Й. Хейзинги про «людину-граючу», як таку, яка грає свою роль у соціальному житті, перебуваючи «на межі жартівливого та серйозного» [6, с. 5]. На думку автора, гра допомагає людині вийти за межі буденності через відтворення певного ігрового образу і простору, у якому вона тотально перебуває і який органічно переживає. Проте людина може й удавати, що грає.

Засновуючись на даному підході, можна сказати, що харизма, як вияв особистості, може стати засобом для створення ігрової реальності, у просторі якої людина конструє певний образ себе, приміряє його наче новий костюм, маску, і буквально може зжитися з цим образом. «Як і наші рідні мови, всі ігри суть засоби міжособистісної комунікації і не могли б ні існувати, ні мати будь-який сенс інакше, окрім як розширення нашого безпосереднього внутрішнього життя» [10, с. 262], – пише М. Маклюен, відносячи гру до засобів інформації та комунікативної взаємодії людей у соціумі.

Медійна харизма може бути інструментом гри, завдяки якому людина реалізує, у одному випадку – природній, у іншому випадку – уявний образ себе, у третьому – особистісну потенцію як власну буттєву реальність.

У медійних харизматиків та зокрема акторів, незалежно від того, яких героїв вони грають, є власна підготовлена легенда особистості, яка спрямовує їх самовираження на екрані, і яка може бути далекою від справжнього життя, тому і їх поведінка на публіці може бути зумовлена цією легендою. З іншого боку, як було відзначено вище, такі харизматики, граючи конкретний персонаж, демонструють масам образ наслідування, підготовлений цілими командами, що, як було відзначено вище, складає особливість медійної харизми як ігрової. Наприклад, харизма всесвітньовідомої Мерилін Монро була не лише її власним досягненням, а й суттєво продуманою подачею її образу, здійсненою режисерами, операторами і продюсерами фільмів, у яких вона знімалась. У багатьох з них видно, як за допомогою різних засобів виразності та гри акторів масових сцен підкреслювався захват оточуючих від появи героїнь Мерилін у кадрі, що повідомляє про свідоме створення її іконічності. Особливо це помітно у сценах фільмів «В Джазі лише дівчата», «Ніагара» та інших. Теж саме можна сказати і про героїню Моніки Белуччі у фільмі «Малена» та героїню Анджеліни Джолі у фільмі «Турист» та інших. У зв'язку зі сказаним доречним буде пригадати характеристику М. Маклюеном кіно як світу «торжествуючих ілюзій і мрій, який можна купити за гроші» [10, с. 22].

Харизма відомих акторів у житті часто підхоплює шлейф їх медійного харизматичного образу, тому викликає значний захват прихильників. Окрім цього сам факт регулярного споглядання популярної людини на екрані створює ефект наближеності до неї у сприйнятті глядачів. В якийсь момент медійна харизматична зірка вже сприймається прихильниками майже як друг або навіть родич. Медійність харизматиків та їх часта поява на екрані автоматично забезпечує їм довіру мас, і водночас, уможливорює здійснення знач-

ного впливу на них. Включаючи у себе такі компоненти як демонстративність, самолюбівання, волю людини до впливовості, навіть епатажність, медійна харизма може залишатись статичною і проявляти домінанту одного або кількох названих компонентів, що приводить людину до популярності своєю повторюваністю. З іншого боку, медійна харизма може набувати й динамічності, коли ці компоненти стають етапами розвитку, що додає образу людині багатогранності й новизни. Мова йде про розвиток харизми особистості взагалі, що зумовлює і розвиток її медійної харизми.

Як було сказано вище, медія демонструють саме харизматиків, адже вони зацікавлюють своєю особистістю, утримують увагу глядача, викликають значне співпереживання герою. Проте, зосереджуючись лише на досягненні слави, актори часто можуть використовувати певні технології харизматичного впливу і маніпулювати почуттями глядача. Для таких особистостей медійна харизма, ніби ігрова маска, крізь призму якої оточуючі сприймають їх у реальному житті.

Концентрованість та ігровий характер медійної харизми актора кіно, а також її значний вплив на глядачів неодмінно актуалізують осягнення екзистенціальних аспектів даного феномену. Це означає усвідомлення медійної харизми як такої, що, з одного боку відіграється особистістю на екрані в той чи інший мірі, а з іншого боку, може повністю або частково переживатися нею як властива їй самій. На даному етапі нашого дослідження пропонуємо осмислити прояви медійної харизми у буденному, граничному і метаграничному екзистенціальних вимірах людського буття. Таке осягнення дасть можливість комплексно проаналізувати особливості медійної харизми, що з одного боку, перебуває на межі реального життя та кінематографічної реальності, а з іншого боку виступає чисто ігровою формою харизматичного вираження людини на екрані за допомогою засобів медіа.

Отже, медійна харизма людини у буденному бутті є концентрованим екзистенціально-тілесним шармом людини. Медійний екзистенціально-тілесний харизматик змагається за можливість бути *найпомітнішим* у просторі медіа та *запам'ятатися* своєю зовнішньою красою, емоційністю, енергійністю та вітальністю найбільшій кількості людей. Метою такого харизматичного актора виступає загальна увага, адже він від душі розважає глядача. Такий медійний харизматик – це завжди яскрава людина, яка транслює надзвичайну привабливість впевненість, сексуальність, стильність та магнетичність, що підкреслюються засобами медіа, а саме костюмами, певним кутом зйомки, музикою, якісним світлом, монтажем та ін... Розважальне, легке попкорнове кіно [7, с. 119–120] у буденному бутті людини поши-

рює образ героя, харизма якого здебільшого реалізується у координатах цінностей самозбереження та продовження роду.

Часто-густо екзистенціально-тілесний шарм є органічним для медійного харизматика у житті, тому він точно відтворює і образ свого героя з подібною харизмою, по суті, граючи себе. Така харизма не припускає кардинального перевтілення, адже здебільшого складає сукупність наявних природних рис та зовнішніх даних людини. Екзистенціально-тілесний медійний харизматик лише підкреслює власні сильні якості та зовнішність, проте залишається у рамках вітально-душевної або вітально-емоційної харизматичності. Тому і розвивати свій образ та ігровий образ героя екзистенціально-тілесний харизматик може лише як тілесно-емоційну дійсність, що стає тілесно-об'єктивованим буттям. У межах даного екзистенціального типу медійної харизми, актор частіше за все відіграє загальноприйнятий соціумом образ, нав'язаний трендами та соціальними стереотипами. При цьому екзистенціальний шарм актора, при його безпосередності або навіть наївності та емоційній прямоті, може набувати *грайливості*, що посилює магнетичність та привабливість його харизми як у житті, так і на екрані (головні героїні фільмів «Красуня», «Наречена-втікачка», «Принц і я» тощо).

Медійна харизма граничного буття є концентрованою версією екзистенціально-особистісної харизми, що характеризується внутрішньою унікальністю або творчим началом з одного боку, та водночас нарцисичністю або егоїстичністю з іншого. Харизматик вдало перевтілюється у різноманітні харизматичні образи героїв, і водночас здатний маніпулювати своєю харизмою задля здійснення маніпуляції і над глядачем. Він може відтворити на публіці довершений образ себе та, відпрацювавши його, мистецьки подати загалу у реальному житті. Екзистенціально-особистісний медійний харизматик здебільшого втілює героїв, які проходять колізії у своєму власному внутрішньому світі, а тому переживають особистісні пошуки, конфлікти, бунти, творчі злети і падіння, шукають сенс життя, проходять особистісне становлення тощо. Актор з екзистенціально-особистісною харизмою буквально заволідує увагою глядача, втілюючи неоднозначну харизму виключності на екрані та у житті (головні герої фільмів «Шерлок», «Джокер», «Морбіус», «Правдива брехня», «Великий зрівнювач» тощо). Така владність медійної харизми актора може бути пов'язаною з владністю його світогляду, що приводить його до раціональної професійності, адже відіграючи харизму свого персонажа, він залишається байдужим до нього душевно.

Медіа у граничному бутті пропонують увазі глядача екзистенціально-особистісних медійних

харизматиків, які також можуть бути демонстративними, скандальними, екзальтованими, проте, через нецілісність світогляду [11, с. 196–197], реальна практика їх життя та особистість можуть розбігатися з їх моральним образом на екрані. Такі особистості технологічно грають харизмою, підлаштовуючи власну поведінку під свою мету, запит аудиторії або потураючи своїм слабкостям, внутрішнім конфліктам, скеровуючись волею до слави.

Екзистенціально-особистісна медійна харизма людини, з одного боку виражає реально напрацьований пізнанням і творчістю образ особистості. Такі харизматичні актори як Джаред Лето, Джонні Депп, Майкл Фасбендер, Меріл Стріп, Шарліз Терон, Тільда Суїнтон та інші демонструють неймовірний талант перевтілення, з кожним фільмом лише підігриваючи любов глядацької аудиторії своїми новими образами на екрані.

З іншого боку, екзистенціально-особистісна медійна харизма може ставати і штучним образом, ігрове перевтілення у який компенсує відсутність у людини тих рис, що є невластивими їй у реальному житті. У цей момент медійна харизма стає *імітаційною*. Відіграючи певні моделі харизматичної поведінки, людина замикає свою особистість та медійне (акторське) амплу у кайдани технологічності. Такий актор грає власною харизмою, відтворюючи нещирі дійсність, у якій комунікація і відносини з Іншими є лише черговим маніпулятивним кроком. Як було зазначено вище це – професіонал, який вдало робить свою роботу, проте не вкладається у неї душевно, для нього важливі лише слава і визнання загалу. Успішність гри такого медійного харизматика залежить від того, наскільки вдало він зіграє свою роль, проманіпулюючи собою, реалізує уявний образ як свій власний образ на екрані та у реальному житті.

Імітаційний екзистенціально-особистісний харизматик-актор з волею до влади або слави накладає табу на щирість та життєвість, обираючи контроль над собою та своїм професіоналізмом, а тому почуває себе комфортно у оточенні з жорсткими правилами поведінки, які обов'язково включають маніпуляцію, як контроль над щирістю та життєвістю, контроль над власним харизматичним Я, як Я уявним. Успішна маніпуляція породжує азарт, що втягує такого актора у гру як харизматичну буттєвість. Проте це лише відігравання харизматичної буттєвості для оточуючих, адже вона глибинно усвідомлюється і переживається харизматиком як вдавана, а її шаблонність знімає з актора відповідальність за розвиток і творення власної особистості. Як пише Й. Хейзинга: «Актор повністю йде у гру. Проте він грає і усвідомлює, що грає» [6, с. 18].

На перший погляд може здаватись, що маніпулятивність медійної харизми виникає у людини

свідомо через волю до влади. З одного боку, так і є, медійний харизматик дійсно може раціонально використовувати певні комунікативні прийоми, що виражають його харизму або вдають її на екрані. З іншого боку, він часто може проявляти харизму під впливом неусвідомлених внутрішніх конфліктів, що додає їй ще більшої інтенсивності та навіть авторитарності. Через владу над Іншими такий медійний харизматик підсвідомо здійснює владу над собою, і тому любить собою у контексті своїх досягнень, як результатів цієї влади.

Медійна харизма актора у метаграницному бутті є концентрованим вираженням екзистенціально-комунікативної харизми людини. У цьому випадку харизматик не лише відіграє якусь іншу персону, створену у своїй уяві, відрепетирувану перед дзеркалом та відтворену на екрані, а й існує у всій повноті щирості й любові до себе та свого героя. Його власний досвід лише доповнює образ героя, якщо мова йде про акторську гру. Важливо підкреслити, що екзистенціально-комунікативна медійна харизма є концентратом саме конструктивних якостей особистості, вона також звільнена від внутрішніх конфліктів та загострених протиріч людини, а тому гармонійно поєднує медійний образ з реальним образом. Тому така харизма розкриває усю свою дійсність і надихає як у житті, так і на екрані, дає іншим пережити повноту і глибину перегляду медійного проекту, зокрема кінофільму, й співпережити колізіям героя. Мова йде не лише про оптимістичний стиль поведінки, а про життєстверджуючий екзистенціальний шарм медійного харизматика, що виникає з почуття внутрішньої цілісності та повноти його життя, а тому може проявлятися в тому числі і як безпосередність, і як спонтанність, і щира життєвість у його грі, й водночас, як співтворче спілкування з оточуючими у реальному житті. Образи таких акторів як правило гуманістичні й володіють конструктивною харизмою (наприклад, головні герої фільмів «Куди приводять мрії», «Матриця», «Доктор Стрендж» тощо). Через співпереживання таким харизматичним героям глядач може отримувати справжній катарсис, очищуючи душу і надихатися на важливі життєві трансформації. Таке співпереживання пропонує філософське кіно [7, с. 137–139], у якому життєві протиріччя героїв не лише оголюються, залишаючись невирішеними, як у кіно-самовираженні або у комерційному кіно [7, с. 126–128], а й вирішуються благодійним шляхом для героя та його оточуючих [7, с. 137–139].

Екзистенціально-комунікативна медійна харизма є результатом звільнення людини від потреби гри як імітації харизми, адже виражає щирість та глибину особистості, яка вирішила власні внутрішні протиріччя й свідомо розвинула і продовжує розвивати свої потенції. Такий

екзистенціальний медійний шарм є виявом цілісності особистості, який проживає любов до себе та Іншого, внутрішню свободу і силу творити як своє життя, так і життя героя на екрані ніби власну дійсність і при цьому відповідно проявлятися у реальному житті. Тобто у основі екзистенціально-комунікативної медійної харизми відсутній дисонанс публічного образу особистості та цінностей, що вона постулює для загалу, а також способу його самовираження у реальному житті. Медіа для такого харизматика не є засобом брехні та маніпуляції, вони стають простором для реалізації його щирості, внутрішньої гармонії та цілісності. Екзистенціально-комунікативний харизматик безсумнівно викликає любов і визнання глядачів та дарує їм натхнення, саме тому, що він надихає перш за все самого себе, виконуючи ролі гуманістичних персонажів, люблячих життя і стверджуючих його цінність на екрані, більше того, сам виступає таким персонажем. Можна сказати, що екзистенціально-комунікативний харизматик-актор виступає творцем себе, своїх відносин та життя, тому він здатен актуалізувати подібне харизматичне творення і у глядача своєю майстерністю та щиро прожитими ролями на екрані. Він не є заручником штучного, неживого, контрольованого образу, не боїться відповідальності за власні мистецькі прояви, він дієво перетворює і реалізує себе не лише на екрані, а у житті в усій повноті щирості, адже ця щирість є іманентною для нього.

**Висновки і перспективи.** Можна зробити висновок, що медійна харизма у вищих своїх проявах є продовженням власної харизми людини. Така харизма може демонструвати концентрат як конструктивних, так і деструктивних рис людини, її фізичні або інтелектуальні переваги, несвідомі або свідомі особистісні тенденції у певному контексті за допомогою засобів медіа та роботи маркетологів й продюсерів. Вона може бути як штучною, шаблонною, засновуватись на слабкості людини, її внутрішніх конфліктах та невирішених життєвих ситуаціях, егоцентричності та егоїстичності, що лише загострюються у просторі медіа, так і відображати внутрішню силу, цілісність, гармонію особистості, для якої харизма є не маскою, а органічним виявом, який лише підкреслюють спеціальні медіа-прийоми.

Екзистенціально-комунікативна медійна харизма є харизмою повноти переживання людиною і своєї особистості, і своєї професії як місії, тому в ній відсутня маніпулятивна гра як штучна надбудова особистості, що є невласивою їй самій. Домінанта демонстративності та самолюбівання, властиві екзистенціально-тілесній та екзистенціально-особистісній медійній харизмі, у випадку вираження людиною екзистенціально-комунікативної харизми, замінюються щирою натх-

ненністю особистості та повнотою розкриття її здібностей і талантів у гуманістичному руслі, що забезпечує їй конструктивну впливовість.

Дослідження екзистенціальних вимірів медійної харизми людини відкриває перспективу аналізу харизми медійної спільноти як специфічного екзистенціального шарму групи людей, об'єднаних спільними інтересами та цілями.

### Література

1. Aberbach D. Charisma in Politics, Religion and the Media: Private Trauma, Public Ideals. Springer : Berlin/Heidelberg, 1996. 121 p. URL: [https://books.google.am/books/about/Charisma\\_in\\_Politics\\_Religion\\_and\\_the\\_Me.html?id=kgCHDAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.am/books/about/Charisma_in_Politics_Religion_and_the_Me.html?id=kgCHDAAAQBAJ&redir_esc=y) (дата звернення 29.05.2023)
2. Baudrillard J. Illusion, désillusion esthétiques. Paris: Sens & Tonka, 1997. 46 p.
3. Cabane O. Fox. The Charisma Myth: How Anyone Can Master the Art and Science of Personal Magnetism. London : Portfolio, 2013. 272 p.
4. Debord G. Society Of The Spectacle New York: Zone books, 1995. 160 p.
5. Deleuze, G.. Cinema 1: The movement-image. (H. Tomlinson & B. Habberjam, Trans.). 1983/1986. USA. University of Minnesota Press.
6. Huizinga J. Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture. London, Boston and Henley: Routledge and Kegan Paul. 1949. 220 p.
7. Крилова (Світла) В. О. Кіно і телебачення. Арт-терапія душі, зачарованої екраном. Вступ до екранної метаантропології. Київ : КНТ, 2020. 370 с.
8. Крилова В. О. Світла Вселена. Харизма людини як духовно-душевна та тілесна цілісність: метаантропологічний аналіз. Культурологічний альманах. Вип. 3. 2022. С. 131–136.
9. Leigh A. The Charisma Effect: How to Make a Powerful and Lasting Impression. New Jersey (USA) : FT press, 2009. 256 p.
10. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. Cambridge, Massachusetts (USA): The MIT Press, 1994. 396 p. URL: <https://designopendata.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf>
11. Хамітов Н. В., Крилова С. А. Людина і культура. Словник. Філософська антропологія. Філософія культури. Культурологія. Київ : КНТ, 2022. 295 с.
12. Хамітов Н.В. Філософська антропологія: актуальні проблеми. Від теоретичного до практичного повороту. 5-е видання, виправлене і доповнене. Київ: КНТ. 2022. 394 с.
13. Weber M. Economy and Society: A New Translation. (Translator Keith Tribe). Harvard University Press. 2009. 496 p.

### Анотація

**Крилова (Світла) В. О. Медійна харизма як результат поєднання екранного образу і реальних рис особистості та її прояви у кінематографі. – Стаття.**

У даній статті пропонується системний аналіз екзистенціальної специфіки медійної харизми людини,

яка з одного боку, перебуває на межі реального життя та екранної (кінематографічної, телевізійної) реальності, а з іншого боку виступає чисто ігровою формою його харизматичного самовираження на екрані засобами медіа. Засновуючись на підході Й. Хейзинги про людину граючу, автором обґрунтовується гіпотеза про те, що медійна харизма є інструментом гри, завдяки якому, у одному випадку, людина реалізує на екрані властиву їй індивідуальність, у іншому ж – відтворений образ себе, як прояв творчої уяви або ж власну особистісну потенцію і можливу буттєву реальність. З методологічних позицій метаантропології та метаантропології харизми медійна харизма людини осмислюється як концентрований і втілений на екрані екзистенціально-тілесний, екзистенціально-особистісний та екзистенціально-комунікативний особистісний шарм, що виникає у буденному, граничному і метаграничному екзистенціальних вимірах буття людини.

Акцентується увага на тому, що харизма відомих акторів у житті часто підхоплює шлейф їх медійного харизматичного образу, тому викликає значний захват прихильників. Медійність харизматиків та їх часта поява на екрані автоматично забезпечує їм довіру мас, і водночас, уможливорює здійснення значного впливу на них.

Відзначається, що медійна харизма у вищих своїх проявах може демонструвати концентрат як конструктивних, так і деструктивних рис людини, її фізичні або інтелектуальні переваги, невідомі або свідомі особистісні тенденції у певному контексті за допомогою засобів медіа та роботи маркетологів й продюсерів.

Робиться висновок, що екзистенціально-комунікативна медійна харизма є харизмою повноти переживання людиною і своєї особистості, і своєї професії як місії, тому в ній відсутня маніпулятивна гра як штучна надбудова особистості, що є невласивою їй самій. Домінанта демонстративності та самолюбвання, властиві екзистенціально-тілесній та екзистенціально-особистісній медійній харизмі, у випадку вираження людиною екзистенціально-комунікативної харизми, замінюються щирою натхненністю особистості та повнотою розкриття її здібностей і талантів у гуманістичному руслі, що забезпечує їй конструктивну впливовість.

**Ключові слова:** медійна харизма людини, метаантропологія, метаантропологія харизми, людина, особистість.

### Summary

**Krylova (Swetly) V. O. Media charisma as a result of a combination of screen image and the real personality traits and its manifestation in cinema. – Article.**

This article offers a systematic analysis of the existential specifics of a person's media charisma, which, on the one hand, is on the verge of real life and screen (cinematic, television) reality, and on the other hand, acts as a purely playful form of its charismatic self-expression on the screen through media. Based on the approach of J. Huizinga about a playing person, the author substantiates the hypothesis, that media charisma is a tool of the game, thanks to which, in one case, a person realizes its characteristic individuality on the screen, in another – a reproduced image of itself

as a manifestation of creative imagination or same personal potency and possible existential reality. From the methodological positions of metaanthropology and metaanthropology of charisma, the media charisma of a man is conceptualized as concentrated and embodied on the screen existential-bodily, existential-personal and existential-communicative personal charm, arising in the ordinary, boundary and meta-boundary existential dimensions of human being.

The attention is focused on the fact that the charisma of famous actors in life often picks up the trail of their media charismatic image, and therefore causes significant delight among fans. The media presence of charismatics and their frequent appearance on the screen automatically provides them with the trust of the masses, and at the same time, allows them to exert a significant influence on them.

It is noted, that media charisma in its highest manifestations can demonstrate a concentrate of both

constructive and destructive traits of a person, his physical or intellectual advantages, unconscious or conscious personal tendencies in a certain context with the help of media and the work of marketers and producers.

It is concluded, that existential-communicative media charisma is the charisma of the completeness of a person's experience of both his personality and his profession as a mission, therefore it lacks a manipulative game as an artificial superstructure of the personality, which is unusual for him. The dominants of demonstrativeness and self-admiration, characteristic of existential-bodily and existential-personal media charisma, in existential-communicative charisma are replaced by the sincere inspiration of a person and the full disclosure of his abilities and talents in a humanistic direction, which gives her a constructive influence.

*Key words:* media charisma of a person, metaanthropology, metaanthropology, of charisma, personality.