

**ЛОПАНОВ К.Ю.**

*магістрант спеціальності «Журналістика»  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
м. Запоріжжя, Україна*

**ХІТРОВА Т.В.**

*кандидат філологічних наук, професор,  
професор кафедри журналістики  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
м. Запоріжжя, Україна*

## **ЖАНРОВІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ «ОСОБИСТОСТІ» В СУЧАСНИХ МЕДІА**

«Особистість» є об'єктом уваги цілої низки суспільних та гуманітарних наук. Її природа глибоко розкривається також через призму літератури та мистецтва. Значимість особистості є фундаментальною, оскільки вона є ключовим рушієм у вирішенні глобальних проблем – від політичних та економічних до наукових, культурних і технічних. У журналістиці особистість не просто є об'єктом репрезентацій чи рефлексій автора, а становить основу публікацій: значна частина професійної діяльності журналіста побудована на взаємодії та спілкуванні з людьми. Саме журналіст, виступаючи посередником, має унікальну можливість допомогти індивіду розкрити чи відобразити свою особистість у сучасному медіапросторі. Більше того, видатні постаті, представлені у журналістських матеріалах, відіграють критичну роль у формуванні громадської ідентичності. Вони слугують соціальними зразками, з якими читачі й глядачі можуть ідентифікувати себе, що, у свою чергу, полегшує засвоєння та інтеграцію прийнятих у суспільстві норм і цінностей.

Публікації центром яких є особистість – завжди популярності серед читачів. Як відомо, журналістика за своєю природою покликана відображати ті процеси і тенденції, які спостерігаються в соціумі. Типізувати й відображати ті події чи ті особистості, які сприяють

формуванню ідентичності, наслідуванню, подоланню національної чи будь-якої іншої кризи.

Сучасні медіа формують багатовимірні та часто суперечливі жанрові репрезентації «особистості», що відображають зміни в суспільній свідомості та технологіях. Наприклад, реаліті-шоу та блогінг створюють «ілюзію» автентичності» особистості, де приватне життя стає публічним контентом. Цей жанр стирає межі між «актором» і «реальною людиною», пропонуючи глядачеві відчуття прямого доступу до «ядра» особистості, хоча насправді вона є ретельно зрежисованим і монетизованим образом.

В новинних та громадсько-політичних медіа особистість часто редукується до архетипу (наприклад, «герой», «ворог», «жертва», «рятівник») або функціональної ролі, що слугує для спрощення складних суспільних процесів та маніпуляції громадською думкою. Тут індивідуальні риси підпорядковуються наративу, а жанрові рамки, зокрема інтерв'ю та репортаж, диктують, які аспекти особистості можуть бути проявлені, а які – приховані.

Соціальні мережі (Instagram, TikTok) культивують «перформативну особистість», де ключовим жанром стає самопрезентація через візуальні та мікротекстові формати. Ці формати акцентують на зовнішньому успіху, емоційній експресії та «ідеальному житті», що веде до феномену порівняння та зростання соціальної тривожності. Особистість тут є «колекцією» обраних миттєвостей, а не цілісним наративом.

Жанри документалістики та глибинних інтерв'ю (як на традиційних платформах, так і на YouTube) прагнуть до деконструкції спрощених образів, намагаючись показати складність, внутрішні конфлікти та еволюцію особистості, протиставляючи себе поверхневості інших жанрів. Це є спробою повернути індивіду психологічну глибину та історичний контекст.

Таким чином, сучасна медіаособистість є мозаїчною – її сприйняття залежить від жанрового контексту (від короткого TikTok-епізоду до багатогодинного подкасту), що вимагає від споживача медіа-контенту високої медіаграмотності для розрізнення справжнього, зрежисованого та функціонального образів «я».