

**Скорик Адріана Ярославівна,**  
кандидат мистецтвознавства,  
докторант Національної музичної академії  
України ім. П.І. Чайковського  
e-mail: [adaskor@ukr.net](mailto:adaskor@ukr.net)

## **НАЦІОНАЛЬНО-ХУДОЖНЯ ОБРАЗНІСТЬ У МАС-МЕДІЙНОМУ ЕКРАННОМУ КОНТЕНТІ СУЧАСНОСТІ**

*У статті розглянуто, як художні й інтелектуальні прояви народу, образи національного у світовому контексті вперше дають зрозуміти і уявити сутність національного, яке виокремило культурне розмаїття у засадах міжкультурної комунікації. Поняття національного розглядається як його художній та інтелектуальний заміник – "образ образів". Як зразок культурного розмаїття у мас-медійному контенті він не підлягає універсалізації з точки зору теорії як такої, що позбавлена однозначної підстави. У статті художньо-національний образ у сучасному мас-медійному контенті розглядається через співвідношення, від яких він теоретично невіддільний, бо завжди конкретний.*

Ключові слова: *художність, мистецтво, соціум, національний характер, мас-медіа, дискурс.*

**Скорик Адриана Ярославовна,** кандидат искусствоведения, докторант Национальной музыкальной академии Украины им. П.И. Чайковского

### **Национально-художественная образность в масс-медийном экранном контенте современности**

*В статье рассмотрено, как художественные и интеллектуальные проявления народа, образы национального в мировом контексте впервые дают понять и уяснить сущность национального, которое выделило культурное многообразие в основе межкультурной коммуникации. Понятие национального рассматривается как его художественный и интеллектуальный заменитель – "образ образов". Как образец культурного разнообразия в масс-медийном контенте он не подлежит универсализации с точки зрения теории как таковой, что лишена однозначного основания. В статье художественно-национальный образ в современном масс-медийном контенте рассматривается через соотношение, от которых он теоретически неотделим, потому что всегда конкретен.*

Ключевые слова: *художественность, искусство, социум, национальный характер, масс-медиа, дискурс.*

**Skoryk Adriana,** PhD in Arts, doctoral-student, Ukrainian National Tchaikovsky Academy of Music

### **National artistic imagery in the modern screen mass media content**

*The article examines how artistic and intellectual expression of the people, the images of the national in the world for the first time make national essence clear, which highlights the cultural diversity in the principles of intercultural communication. The concept of national is regarded as its artistic and intellectual substitute – "character images." As an example of cultural diversity in the mass media content is not the subject to*

*universalize it in terms of theory as one that lacks a clear reason. In the article the artistic and national image in the modern mass media content is viewed through the pupil, from which it is inseparable theoretically, because it is always concrete.*

Keywords: *artistic, art, society, national nature, mass media, discourse.*

Вплив екранної культури на людське мислення, формування людини ХХІ століття стали предметом філософського дискурсу. Антропологічні засади екранної культури сприяють поглибленню національного світорозуміння українського суспільства, виокремлюють зразки його національно-художньої образності. Усвідомлення значення цього процесу запобігає спонтанності у поширенні художньої культури в суспільстві ризику, ознаки якого спостерігаються у постіндустріальному соціумі.

Мета даної статті – виявити засади художньої культури, її ментальності як системи суспільних цінностей, розкрити їх функціональні можливості культурологічними поворотами ХХ століття, що знайшли своє інформаційне втілення в сучасному мас-медійному контенті.

Репрезентації художньої культури і буття людини базуються на значному спектрі фундаментальних праць класичної і неокласичної філософії. До проблем знакового пізнання звертались Ф. Бекон, Г. Гегель, В. Дільтей, Ф. Ніцше, Г. Плеснер; тема висвітлювалась в рамках сучасної філософії постмодернізму у дослідженнях Ж. Батая, М. Бланшо, Ж. Бодрійяра, Ж. Лакана, Р. Рорті; цінними є ідеї українських вчених І. Бичка, Б. Головка, О. Гомілко, В. Загороднюка, В. Іванова, С. Кримського, А. Лоя, В. Лук'янця, В. Мазепи, М. Поповича, Є. Причепія та ін.; соціокультурне осягнення людського буття розгорнуто у працях Я. Білика, О. Борової, М. Дяченка, М. Мокляка, О. Мамалуя, Г. Чміль, М. Ткачука та ін.

Характер впливу ЗМІ на міжкультурну комунікацію визначається загальноцивілізаційними цінностями, що закладені у її основі. Ідея гуманізму, як універсальна, конкретно впливає на філософські рефлексії сутності проблеми. Принцип "мирного співіснування із супротивником" визначив іспанський філософ Х. Ортега-і-Гассет [13, 102].

К. Ясперс виводить "спільну ситуацію" для порозуміння декількох осіб, а тому духовний початковий рівень людства вважає за "основу епохи, як корінь і ґрунт спільноісторичного буття" [18, 361]. Зречення людством спільності долі, духовне піднесення, вболівання за цінності, що стають порятунком, він виокремлює життєво необхідними постулатами.

Інтелігентність народу, образи національного у світовому художньому контенті вперше відкривають нам нагоду зрозуміти їх національну сутність. Культурне розмаїття яскраво виокремлюється у засадах міжкультурної комунікації: тут поняття національного набуває художніх та інтелектуальних ознак, таким чином створюючи "образ образів".

Національний образ світу виведений Г. Гачевим: "При тому, що всі народи під сонцем і місяцем та майже однаковим небом ходять, залучені в єдиний світовий історичний процес..., вони ходять по рідній землі й різний побут та історію мають, – тобто, з різного ґрунту виростають. А звідси цінності, загальні

для всіх народів (життя, хліб, світло, дім, сім'я, віра тощо), розташовуються у різному співвідношенні. Ця особлива структура загальних для всіх народів елементів (хоча й вони тлумачаться по-різному, мають свій акцент) і складає національний образ, а в спрощеному виразі – модель світу" [3, 57]. Методологічна основа вченого висловлена аксіомою: "Усім очевидно, що в ході історії й, особливо, у ХХ столітті зблизились і уніфікувались усі народи за побутом (у всіх телевізори й авто), за мисленням (інтернаціоналізм і математизація наук), і все одно в ядрі своєму кожен народ залишається сам собою до тих пір, поки зберігається особливий клімат, пори року, пейзаж, національна їжа, етнічний тип, мова, – оскільки вони – безперервно живлять і відтворюють національні чинники буття і мислення" [3, 59]. Національна ідентичність виокремлює образ єдиного світу в проекції єдиного, але у кожного народу він свій: "Інваріант буття вбачається кожним в особливій проекції, як єдине небо – крізь атмосферу, яка визначається різноманітністю поверхні землі" [3, 62].

Національний образ як зразок культурного розмаїття не підлягає універсалізації з точки зору теорії позбавлення однозначної підстави і представлений співвідношеннями знаних національних образів світу і незвіданих його зразків. Смилова глибинність художнього мас-медійного контенту опирається на постаті художньої цінності і побудована на недооціненості у людському соціумі. Національно-художнє світотлумачення своїм екранним контентом впливає на міжкультурну здатність ЗМІ, визначає характери впливу. Мас-медійний дискурс готовий стати проекцією образу художньо-національного, адже зберігає і підтверджує таку мисленнєвість у продукції ТВ.

Співвідношення кодів і повідомлень чи повідомлень і кодів направлені на механізми сприйняття, що представляються механізмами комунікації. Укорінене в самій реальності, зображення фіксує її присутність, незважаючи на стихійно виникаючі смисли.

Семіологія як теорія комунікації розрізняє стихійне і вільне у художньо-національному зображенні. Головним тут виявляється розуміння отримання подібності, що ґрунтується на основі коду сприйняття і упізнаваності з власними графічними конвенціями. Конкретний знак означатиме сприйняття, редуковане до певного графічного образу. Ідентифікація виступає не лініями, а появою виняткових ознак, що розпізнають іконічний знак. Він обов'язково підкріплюється кодом впізнання за відзнаками людського розуму.

Умовність (конвенція) подібностей означена традиційністю канонів. Особливо часто зустрічаємо це в культурологічних програмах: "Наше прочитання криптограм мистецтва обумовлене нашими очікуваннями. Ми підступаємо до мистецького твору, перебуваючи в злагоді з художником, наші пристрої сприйняття синхронізовані. Ми готові до зустрічі, налаштовані на певне бачення" [17, 192].

Відомі коди іноді характеризують певний стиль та імена авторів програми. Для комунікації медійних технологій артикуляційність мовлення повинна йти паралельно з мовною конвенцією. П. Пазоліні вбачав у семіологічних процесах екранного мистецтва безпосереднє втілення мови людської дії. Комунікаційний код в своїй основі будується за моделлю коду мовного, що покладений на певний рівень комунікативних конвенцій.

Як мистецько-культурологічний феномен, мас-медійні комунікативні системи до певної міри опоетизовані. Запозичивши у колеги-кіно цю добру традицію, вони стають розпізнавальними знаками, що схильні у рефлексіях до національного світобачення. Такі знаки утворюють народнопоетичну філософську думку, такі інсинуації відшукують людські цінності, гармонію образів, пластику культурно-мистецького явища. Такі коди здійснюють власну творчість з національних символів, фольклорного підґрунтя, показ збереженої спільності з власними традиціями. Комунікативне явище виразове своєю складністю і простотою водночас у словесних, звукових та іконічних змістах. Згадаймо цикл програм "Сонячні кларнети" – наприклад, випуск "У творчій майстерні художника", – коди візуалізації задані вже в перших акордах традиційної початкової заставки програми.

Зміст повідомлень поєднано-узгоджений з системністю кодів. А ті, в свою чергу, множаться на особистісно-традиційні коди особи, що отримані від народження: впізнання, сприйняття... Пізнати їх семіологію можна лише в парному сприйнятті.

Ментальність виступає не лише основою, а запорукою національного характеру – ця обставина упредметнюється у культурі. Р. Емерсон в середині ХІХ століття запропонував понятійне визначення ментальності, заклавши у нього містичний зміст на базі своєї ж трансцендентальної моральної філософії. "Школа Анналів" (М. Блок, Л. Февр) розглядала цей процес життєво-пронизуючим з визначенням поведінки в соціумі. Популярна теорія суспільної свідомості відбилася у працях К. Леві-Строса, К. Леві-Брюля, В. Вундта, Й. Хейзінга, Дж. Фрезера, а П. Сорокін визначив ментальність як систему норм і цінностей суспільства.

Феномен культури, закладений в особистісному виборі індивіда щодо світоглядних зацікавлень, забезпечує ідентичність особи до певної культури. Отже, культурна якісність національного життя забезпечує розв'язання будь-яких завдань. Українські ментальні цінності у першодослідженні М. Костомарова, а згодом І. Нечуя-Левицького та І. Франка не залишили байдужими І. Бичка, С. Грабовського, О. Забужко, В. Касьяна, В. Васильєва.

Ментальність виокремлює свою нішу в межах культурних традицій мови, релігійних цінностей, життєвих уподобань. Колективна свідомість збагачує індивідуальну, які перебувають у постійному взаємодоповненні у процесі формування уявлень про світ. Така методологічна основа сприяє створенню стереотипів мистецької творчості. Культура загалом є виявом дослідження соціальних структур. М. Блок виокремив колективні уявлення про мистецький твір за образами і почуттями, поставивши колективну пам'ять в основу матеріального буття [2, 79], Ж. Л. Гоффе розглядає ментальність як традицію, звичку.

Ментальність покладено в умову розуміння людської творчості будь-якого різновиду. Діапазон розуміння розширюється завдяки Анналам: ця багатогранна анналівська методологія сприяє понятійності феноменізації культурного розмаїття крізь призму телекомунікаційного простору. Якщо зазирнути в історію Франції ХVІ–ХVІІ століть, "зустрінемо" Р. Мандру з гіпотезою пов'язаності емоційного і суспільного буття людей окремих угруповань (селяни, ремісники, буржуа...) [4, 36]. Представник покоління школи "Анналів"

А. Дюпрен орієнтується на внутрішнє наповнення людського витвору як передумову колективної психології. Архетипи літературно-мистецьких творів детерміновані психологією народу. За Анналами С. Кримський досліджує специфіку національних архетипів [11, 74–76].

Призми ментальності яскраво проявляються у соціокультурних чинниках екранного продукту. Як квінтесенція культури, ментальність оповита архетипами (за О. Донченком): виражає й фіксує ментальність за допомогою символізуючої спроможності і соціетальної психіки [7, 305]. Тому вона складає основу сутності духовності і належить до індивідуальних властивостей мас-медійного комунікативного простору.

Національне світобачення формулюється спільним намаганням творцями конкретної культури. Специфіку узагальнення досліджено авторами збірника "Українська душа" [16, 55], які акцентують філософський напрям думки на кордоцентризмі національного світосприйняття. Такі світопереживання не обмежені чіткістю усталених рамок, а тому нечіткість визначення ментальності має переважний сенс у частині пошуку її траєкторії з огляду на наповнення комунікативного продукту. Що ж до національного характеру наповнення комунікацій, то в їх основу покладено, окрім самої ж традиції, ще і риси ідентичності. Особливо визначається унікальність, побудована на самобутності нації, національних традиціях, ідентичності. Комунікативні засоби передають їх за своїми можливими посередницькими каналами реципієнтам.

Основні особистісні риси та соціальна особистісність, що притаманні національному характеру, не ототожнюються з приналежністю цих рис до ментальності [8, 21]. Ментальність здатна проявлятися на рівні індивіда і на рівні нації, хоч і сам національний характер функціонує тут за ідеалом логіки. Національний імідж, куди входить поняття нації, національної ідеї, є підсумковою складовою розвитку нації та національної культури. Цей процес виокремлений в історико-культурний феномен з виділенням народу як нації. Його інтегральні чинники втілюють у культурологічний процес мас-медійного спрямування певну програму суспільних і культурних перетворень. Особливості світосприймання покладені ними у проєкції телекомунікаційного простору і забезпечені певними вимогами до неї з боку культури. Телекомунікаційний простір претендує тут на демонстрування своєї певної моделі як призначення типу особистості споживача і творця мистецьких цінностей. Значну привабливість тут відіграє образ людини як ідеального людського типу – здатність її творити є привілеєм телекомунікаційного простору. Цей ідеальний людський типаж є домінуючою взаємодією уособлених мистецьких персонажів.

Теоретичні дослідження даної проблематики вирізняють конкретику архетипів національного характеру (непомірні трудові зусилля, відсутність українського публічного виміру життя і домінування індивідуальних чинників, партикулярності) і необхідність творення нації з головуючим фактором державності. Творення образу і позитивного іміджу найбільш важливе у сенсі формування у цьому процесі єдиної волі [6, 165].

Кожен мистецький засіб, здатний здійснювати комунікативний контент, дає можливість відтворення особистості засобами своєї праці: екран, екранна

мова, простір інформації, художньо-виразові засоби. Цей момент дозволяє заглибитися в зображувану митцем епоху, зосередитися на світобаченні, на засобах виразності, раціонально осягнути фіксоване дійство. Л. Леві-Брюль "колективні уявлення" вважав такими, що керують соціумом. І хоча вони є менш значущими, але існують як людська потреба. Вона, своєї черги, стає основою моральних звичаїв, вірувань. Взаємозалежність ідей і соціальних фактів зміцнює наслідки апелювання до колективних ідей.

Оцінка мистецьких цінностей дозволяє об'єднати у собі інтелектуальний та емоціональний потенціал, що сприяє не лише оцінюванню, але й продукуванню цінностей крізь телекомунікаційний простір. "У М. Шелера почуття підпорядковане об'єктивній референції у контексті феноменологічної теорії свідомості" [5, 60]. "У теорії емоцій М. Шелера не тільки радість чи інша позитивна емоція є об'єктивним чинником формування досвіду суб'єкта. Об'єктом емоційного досвіду може бути також думка, здатна як до миттєвого осягнення усєї ієрархії цінностей, так і до їх елітарної естетичної рецепції" [там само, 61].

Телекомунікаційний простір у своєму творенні культурного багатоманіття враховує процеси не тільки утвердження культур, але й процеси її протиставлення. Етнічна ідентифікація, як показав Л. Гумільов та інші дослідники цієї теорії – М. Мосс, К. Леві-Строс, показала своє як чуже і чуже як своє за основу поведінки етносу, культурну коректність. Соціальні явища існують єдино з функціонуванням суспільства: знаки його коду і мислення є забезпеченням як поведінкового стереотипу поведінки людини, так і поширенням обмінної інформаційності. Отже, семіотика знаків культури співзвучна з її компонентами та співвідношеннями цих компонентів.

Міфологічні типи мислення дозволяють виявити структурні рівні виникнення і розвитку національно-художніх образів: контексти їх функцій є зразком духовного у національній свідомості на її буденному і теоретичному рівнях. Перший формує національну традицію характеру, другий – у свідомих і несвідомих виявах творить масову культуру. Взаємодоповнюючі і взаємозалежні рівні забезпечують економічно-культурний розвиток, і національна свідомість набирає загальних цінностей нації. База осягнення національних інтересів вкорінюється посередністю культурно-мистецького самоосмислення. Національна ідентифікація сприяє відтворенню національної культури.

Узгодженість природи культури у самому собі – болісний процес подолання первісної інстинктивної людської природи. У цьому сенсі кореляція з типами філософування набуває семантики множинної. Освоєннями дійсності стають феномени буття-життя, смерть, держава... Ця формула є базовою і для мистецького освоєння дійсності. Науковий прошарок досліджень утворив структуроутворюючі компоненти; своєрідна трансформація людської сутності – трансцендентування.

Життя утверджується ідеалами свого часу і своєї епохи. Структурною визначеністю екранного тексту є орієнтація на життєстверджуючі структури: загальнонаціональний знаходиться у цьому напрямку. Нова ідентичність сучасного комунікативного продукту укорінює у власному набутку національну наповненість, одночасно перерозподіляючи потенціали її існування з космопо-

літичною укоріненістю в "героїзм" мистецької тканини медіапростору. Дискурсивні стратегії цих абстрактних символів сповнені моральною деградацією. На жаль, нею заповнений як комунікативний, так і мистецько-культурний простір. Такі мистецькі форми не вимагають знань та ерудиції, здатності мислити, а також сприяють тому, хто "не хоче турбуватися та завдавати собі клопоту й просто щасливий побачити нехай дещо відновлений, розфарбований трохи зміненими фарбами, але старий, добре знайомий пейзаж" [1, 190–191]. Зникнення просторовості у віртуальній уяві завдяки інтернет-ресурсам призводить до втрати відчуття людської спорідненості. Такі іррелевантні чуттєвості сприяють виникненню безперспективного жанру утопій, що не є зв'язком між культурою, ландшафтом. Денітелектуалізацію кіно, що опинилося між "чорнухою" і "порнухою", Е. Стишова порівнює з матеріалом для вивчення неусвідомлених процесів [15, 27–28].

Праформи культури, емоційно-динамічні моделі, символічність образів у музичних, зорових, ритмічних тенденціях складають архетипи (за С. Ейзенштейном), якими "живиться" кіно. Реконструкція таких прототипів у масмедійному контенті здійснюється завдяки надходженню мистецької інформації, імперативів моральності у світоглядну культурологічну впливовість. Позбавлена психологічних переживань, ця закодована інформація чекає сигнального виклику середовища, яке б було запрограмоване на етнокультурні впливи. Образні уявлення людини опираються на дешифрування архетипів як символічних конструкцій. Але ці конструкції мають свої особливості: "...образні уявлення архетипів не вроджені. Архетипи лише свідчать про можливість преформацій уявлень, схильність пізнання до останніх чи навіть про вроджену здатність до таких уявлень" [12, 19–20].

Носієм загальнолюдського типу є особа, яка сприймає їх психологічно, а реалізує механізмами трансцендентної функціональності; підкреслюють пізнання архетипів співвідношенням позамежного та інтуїтивного. Такі передумови дають старт інтерпретаціям глобального масштабу. Інформаційна поінформованість надходить за допомогою символічних переживань. Зосередження архетипів у пам'яті здатне спокушати до відгуків на психологічні настрої. Перебуваючи в системі архетипу культури колективного підсвідомого, який сприяє належності в собі архетипу культури з перспективою на абстрактно-універсальне та національно-конкретне, В. Одайник зауважує: "Достатньо відповідного подразника, і вони (архетипи) легко активізуються й проектуються. У результаті, кожного разу, як людина зустрічається з фігурами, символами чи ситуаціями, що мають архетипальний аналог у душі, відповідний архетип, негайно активізується і його психічна енергія, проектується на зовнішній об'єкт" [там само, 21].

Комунікативні можливості містяться через несвідоме, через сліди пралогічного та екстатичного руху. Істинність знаходиться в лініях, що йдуть попереду розуму. Просторові характеристики такого тіла відповідають чомусь, відшуковують зону істинності і стабілізують усякий рух. Платон виокремлював дестабілізуючу форму мімесису [14, 399–400], а Ейнштейн суб'єкт і об'єкт пізнавав як нерозрізнявальний завдяки можливості випередження всякої нагоди

суб'єктивності. Лінія виступає засобом формоутворення, що здатне пояснити безліч прийомів. Історія ока – як історія об'єкта комунікативної інформації – представляє образність міграції лінії в екранному видовищі. Образи архетипу особливо унаочнені в символах образів екранних форм мистецтва. Символіку "духу минулого", "духу предків" аналізує Я. Розумний: "Ілюстрація фрейдівської тези, що людина, яка є безсилою побороти зовнішнього чужого чинника свого комплексу меншовартості, завжди обертає свій протест на найближче своє родинне або національне докільля, включно зі своєю духовною самобутністю" [9, 213]. Демонічність фігури архетипу пов'язується з творчою фантазією: це підсумок численних переживань, що вибудувалися виокремленими частками людських страждань, насолод, психологічних навантажень... Траектовані специфікою збігів обставин, вони з давніх часів формували прообраз. Архетип зберігає міфоутворенню у свідомості і здатен репродукувати міф як такий, що позбавляє справжніх страждань... Моделюючи міфологію несвідомого, він підкреслює вплив культури та мистецтва на комунікативні засоби соціуму, оформлення за їх посередністю мистецького дійства згідно часу, фігуральності і образу підсвідомого. Дефекти однобокості сучасного духу створюють прообраз митця – пошукувача недефектного сучасного духу.

Стратегії екранного мистецтва закодовані колом сучасного буденного життя з його проявами стилів і настанов. Подібність кліше наших реалій віддзеркалена в екранно-комунікативних мас-медійних продуктах. Дискурсність їх культурних форм вибудовує символічну уяву просторів культури.

### *Література*

1. Батай Ж. Поза межами / Ж. Батай // Левчук Л. Західноєвропейська естетика ХХ століття : навч. посібник. – К. : Либідь, 1997. – 224 с. – С. 189–193.
2. Блок М. Апология истории или ремесло историка / М. Блок. – М. : Наука, 1973. – 312 с.
3. Гачев Г. Национальные образы мира / Г. Гачев. – М. : Наука, 1988. – 394 с.
4. Гуревич А. Уроки Л. Февра / А. Гуревич // Февр Л. Бой за историю. – М. : Наука, 1991. – 235 с.
5. Головкин Б. А. Філософська антропологія : навч. посібник / Б. А. Головкин. – К. : Ін-т змісту і методів навчання, 1997. – 286 с.
6. Донченко Е. А. Личность, конфликт, гармония / Е. А. Донченко, Т. М. Титаренко. – К. : Политиздат Украины, 1980. – 344 с.
7. Донченко Е. А. Социетальная психика / Е. А. Донченко. – К. : Наукова думка, 1994. – 362 с.
8. Дубов И. Феномен менталитета : психологический анализ / И. Дубов // Вопросы психологии. – 1993. – № 5. – С. 20–25.
9. Життєвий досвід українців у Канаді. Рефлексії. – Вінніпег : Укр. Вільна Акад. наук, 1994. – 379 с.
10. Кримський С. Б. Архетипи української культури / С. Б. Кримський // Феномен української культури. – К. : Фенікс, 1996. – 255 с.
11. Кримський С. Б. Сприймавши серцем, осягнувши розумом (національні стереотипи як втілення долі та історичного досвіду народу) // Віче. – 1993. – № 8. – С. 72–81
12. Крымский С. Б. Культурные архетипы или знание до познания / С. Б. Крымский // Природа. – 1991. – № 11. – С. 15–24

13. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет // "Дегуманизация искусства" и другие работы. Эссе о литературе и искусстве. – М. : Радуга, 1991. – С. 40–229.
14. Платон. Собрание сочинений: в 4-х т. – М. : Мысль, 1994. – Т. 3. – 487 с.
15. Стишова Е. Идентификация женщины / Е. Стишова // Искусство кино. – 1992. – № 1. – С. 24–31
16. Українська душа / відп. ред. В. Храмова [зб.к статей] – К. : Фенікс, 1992. – 128 с.
17. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / Умберто Эко. – СПб. : Петрополис, 1998. – 423 с.
18. Ясперс К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс ; [пер. с нем.]. – М. : Политиздат, 1991. – 412 с.

### *References*

1. Batai Zh. Poza mezhamy / Zh. Batai // Levchuk L. Zakhidnoievropeiska estetyka XX stolittia : navch. posibnyk. – K. : Lybid, 1997. – 224 s. – S. 189–193.
2. Blok M. Apologiia istorii ili remeslo istorika / M. Blok. – M. : Nauka, 1973. – 312 s.
3. Gachev G. Natsional'nye obrazy mira / G. Gachev. – M. : Nauka, 1988. – 394 s.
4. Gurevich A. Uroki L. Fevra / A. Gurevich // Fevr L. Boi za istoriiu. – M. : Nauka, 1991. – 235 s.
5. Holovko B. A. Filosofska antropohiia : navch. posibnyk / B. A. Holovko. – K. : Int-zmistu i metodiv navchannia, 1997. – 286 s.
6. Donchenko E. A. Lichnost', konflikt, garmoniia / E. A. Donchenko, T. M. Titarenko. – K. : Politizdat Ukrainy, 1980. – 344 s.
7. Donchenko E. A. Sotsietal'naia psikhika / E. A. Donchenko. – K. : Naukova dumka, 1994. – 362 s.
8. Dubov I. Fenomen mentaliteta : psikhologicheskii analiz / I. Dubov // Voprosy psikhologii. – 1993. – № 5. – S. 20–25.
9. Zhyttievyyi dosvid ukrainsiv u Kanadi. Refleksii. – Vinnipeh : Ukr. Vilna Akad. nauk, 1994. – 379 s.
10. Krymskyi S. B. Arkhetypy ukrainskoi kultury / S. B. Krymskyi // Fenomen ukrainskoi kultury. – K. : Feniks, 1996. – 255 s.
11. Krymskyi S. B. Spryniavshy sertsem, osiahnuvshy rozumom (natsionalni stereotypy yak vtilennia doli ta istorychnoho dosvidu narodu) // Viche. – 1993. – # 8. – S. 72–81
12. Krymskii S. B. Kul'turnye arkhetypy ili znanie do poznaniia / S. B. Krymskii // Priroda. – 1991. – № 11. – S. 15–24
13. Ortega-i-Gasset Kh. Vosstanie mass / Kh. Ortega-i-Gasset // "Degumanizatsiia iskusstva" i drugie raboty. Esse o literature i iskusstve. – M. : Raduga, 1991. – S. 40–229.
14. Platon. Sobranie sochinenii: v 4-kh t. – M. : Mysl', 1994. – T. 3. – 487 s.
15. Stishova E. Identifikatsiia zhenshchiny / E. Stishova // Iskusstvo kino. – 1992. – № 1. – S. 24–31
16. Ukrainska dusha / vidp. red. V. Khramova [zb.k statei] – K. : Feniks, 1992. – 128 s.
17. Eko U. Otsutstvuiushchaia struktura. Vvedenie v semiologiiu / Umberto Eko. – SPb. : Petropolis, 1998. – 423 s.
18. Iaspers K. Smysl i naznachenie istorii / K. Iaspers ; [per. s nem.]. – M. : Politizdat, 1991. – 412 s.