

5. Nebesnyk, I. (2005), *Tvorchist vydatnyh hudozhnykiv Zakarpattia* [The Art of Transcarpathians prominent artists], Uzhhorod, Vydavnytstvo V. Padiaka. (in Ukrainian).
6. Ostrovskiy, G. (1974), *Obrazotvorche mystetstvo Zakarpattia* [Fine art of Transcarpathia], Kyiv, Mystetstvo. (in Ukrainian).
7. Pryimych, M. (2010), *Ikonostas v seli Dobrobratovo yak odna z pamyatok sakralnoho mystetstva Yosypa Bokshaia* [The iconostasis in the village Dorobratovo as one of the monuments of sacred art of Joseph Bokshay], *Naukovyi visnyk Zakarpatskoho hudozhnioho instytutu. Materialy naukovo-praktychnoi konferentsii "Erdelivski chytannia"* [Scientific Bulletin Transcarpathian Art Institute. International scientific-practical conference "Erdeli's reading"], Uzhhorod, Grazhda, pp. 83–89. (in Ukrainian).
8. Filip, L. (2003), *Memorialna kimnata zasluhenoho hudozhnyka Ukrainy Z. I. Sholtesa v zakarpatskomu oblasnomu krayeznavchomu muzei* [Memorial room of Honored Artist of Ukraine Z. I. Sholtes in the Transcarpathian regional museum], Uzhhorod. (in Ukrainian).
9. *Yuvileina retrospektivna vystavka tvoriv Zoltana Sholtesa, prysviachena 60-richchuu vid dnia narodzhennia hudozhnyka: Katalog* [Anniversary retrospective exhibition of works by Zoltán Sholtes dedicated to 60 anniversary of the artist: Catalogue], (1971), Uzhgorod. (in Ukrainian).

УДК 502.1:004.77[004.932]+7.031/7.032

Оксана Куліш

#### АРХЕТИПИ ВЕБ-ЗОБРАЖЕНЬ В АСПЕКТІ ВЗАЄМОДІЇ СУСПІЛЬСТВА І ПРИРОДИ

*У статті досліджено у просторі Інтернету зображення архетипів, які відносяться до сфери соціуму і природи. Комунікативну взаємодію глобальної світової мережі та інформаційного суспільства розглянуто крізь нову грань пошуку – ретроспекцію у первісну культуру. Охарактеризовано те, наскільки змінилася актуальність архетипів у хронологічній дихомії первісної культури і постіндустріальної.*

**Ключові слова:** архетип, Інтернет, веб-зображення, суспільство, природа, первісна культура.

Оксана Куліш

#### АРХЕТИПЫ ВЕБ-ИЗОБРАЖЕНИЙ В АСПЕКТЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОБЩЕСТВА И ПРИРОДЫ

*В статье исследовано в пространстве Интернета изображения архетипов, которые относятся к сфере социума и природы. Коммуникативное взаимодействие глобальной мировой сети и информационного общества рассмотрено сквозь новую грань поиска – ретроспекцию в первобытную культуру. Охарактеризовано то, насколько изменилась актуальность архетипов в хронологической дихомии первобытной культуры и постиндустриальной.*

**Ключевые слова:** архетип, Интернет, веб-изображения, общество, природа, первобытная культура.

Oksana Kulish

#### ARCHETYPES OF WEB-IMAGES IN THE ASPECT OF INTERACTION BETWEEN SOCIETY AND NATURE

*In the article was made study in the scope of Internet images of archetypes, that belong to the sphere of society and nature. Communicative interaction the global network and information society*

*examined through a new facet search – retrospection in the primitive culture. Relevance archetypes characterize changes in chronological dichotomy of primitive culture and of postindustrial culture.*

*The relevance of this study is due lack of scientific works which would related to processes which led to changes in the perception of archetypes natural sphere and the scope of things in terms of their activity in the Internet space.*

*The definition of concept “archetypes of natural sphere” – this all prototypes that are tangent to nature (element, flora and fauna). The definition of concept “archetypes of things sphere” – this those prototypes belonging to cultural of artifacts, is artificially invented by and made by man things during the Stone Age, Copper and Bronze Ages (housing, clothing, weapons, roads, bridges, transportation, etc.).*

*On the example web-images archetype of the horse and vehicle (from primitive car to electric cart) can be traced as in Internet happened gradual replacement importance of archetypes of natural sphere on the archetypes of things sphere. Design website orienting users of the Internet primarily on archetypes vehicle (that’s how the car) and housing (home). Then, as a secondary, on the image of archetypes animals – homely cat and dog, bird and fish; for partial archetypes of vegetation with the archetype of the Earth – Branch, flower, leaf, fruits of (berries, fruits, vegetables), grain, roots; heavenly bodies archetype of Heaven (sun, moon, stars); archetypes elements of fire and water.*

*The historical significance of the invention of wheels along with wheeled vehicles in late Eneolithic (which ended with stone epoch) not be overestimated by their importance for civilization and can be compared only with the invention of the Internet in post-industrial culture, of its formation as a leading media outlet and communications beginning of III millennium.*

**Key words:** *archetype, Internet, web-images, society, nature, primitive the culture.*

У постіндустріальній ері встановилася система цінностей сталої взаємодії суспільства і природи, що керується передусім антропним принципом, обумовленим потребами людини. Тому на сьогодні виникла необхідність зваженої критики щодо інтенції наочного відображення архетипів у веб-зображеннях сайтів світової мережі Інтернет, тобто критики, яка обмежується саме візуальним контентом і не стосується текстового і звукового (аудіо) контенту. Сучасне суспільство належить до культури з високими технологіями, яка є наступницею всіх попередніх культур загалом і первісної зокрема. Актуальність цього дослідження обумовлена відсутністю праць, в яких би розглядалися ті процеси, що від часів первісної культури людства привели до зміни у сприйнятті архетипів природної сфери і предметної сфери, з точки зору активності їх залучення до Інтернет-простору.

На думку автора, тут потрібно вивести дефініції двох понять. Так, поняття “архетипи природної сфери” охоплює всі ті прообрази, які дотичні до природи (стихії, тваринного і рослинного світу); натомість поняття “архетипи предметної сфери” – це ті прообрази, які належать до культурних артефактів, тобто штучно винайдених і зроблених людиною ще за кам’яної доби, мідного і бронзового віків (житло, одяг, зброя, дороги, мости, транспорт тощо).

Дискусійне питання щодо впливу на сучасне суспільство початку III тисячоліття такого засобу масової інформації та комунікації, як Інтернет, у гуманітарному аспекті, розглядають вчені різних країн. Серед них українські дослідники Ф. Власенко [6], Л. Городенко [3], Д. Дубов [4], Н. Іщук [7], Б. Потятиник [10] та ін.

У філософському аспекті розглядаючи проблему впливу держави на культурну політику, М. Зелінський і Ф. Власенко виділяють невтішну тенденцію того, що на сьогоднішньому етапі розвитку суспільства Інтернет і телевізор стали головним “вікном у культуру” [6, с. 148]. Заслуговує на увагу позиція О. Наконечної щодо естетичного виміру постмодерної культури, а саме: завдяки сучасним інформаційним технологіям відбувається нав’язлива “гламуризація”, де гламур – це не просто філософія споживання і життєвого успіху, що виражена в товарно-грошовому еквіваленті; це лакування дійсності під щось справжнє, з фіктивними вартостями, як результат, створюється комунікативний та інформаційний простір, де “одночасно можна все і не можна нічого” [9, с. 198]. Н. Іщук відзначає спроможність Інтернету не тільки впливати на розвиток духовної культури людства, але й транслювати новітні антропологічні тенденції [7]. Б. Потятиник аналізує інформаційний простір у річищі медіакритики, тому що її поява і

функціонування в посттоталітарному суспільстві України є проявом своєрідного ноосферного екобалансу, він необхідний для того, щоб захистити людську психіку, непідготовлену до інформаційного вибуху та маніпулятивних практик [10].

Мета статті – у ретроспективі до первісної культури і мистецтва встановити активно задіяні архетипи сучасної культури, які стосуються відображення розвитку суспільства і природного середовища у конструюванні вітчизняного інформаційного Інтернет-простору.

Для виконання поставленої мети необхідно на комунікаційних веб-порталах і пошукових системах (наприклад Google.com.ua, yandex.ua, ukr.net, mail.ru, також відеохостинг YouTube) проаналізувати візуальний ряд веб-зображень сайтів.

Варто наголосити, що в даному дослідженні йдеться про аналіз візуального змісту веб-зображень сайтів, тому застосований іконологічний метод (від грец. *eikon* – зображення і *logos* – смисл), за яким обмірковано зміст зображення. Також застосований діалектичний метод і метод компаративізму для порівняння архетипових проєкцій із прикладів первісної культури і мистецтва на візуальний ряд зображень у комп'ютерній мережі. Після чого у свідомого користувача Інтернету має сформуватися розуміння нормативного аспекту культури (тобто норми, установки) сучасного інформаційного суспільства, зокрема вітчизняного.

Суттєвою ознакою комунікаційного простору українського суспільства є його інформаційна відкритість, що свідчить про значно більший, ніж посередній рівень демократії. Поза тим, інтеграція до вітчизняної медіа-культури такого засобу масової інформації, як Інтернет, привела до великого впливу на його користувачів (а це значуща частина населення) за допомогою наочного представлення архетипів у візуальному ряді веб-зображень сайтів. У зв'язку з тим, що архетипи культури виступають розвитком архетипів колективного підсвідомого в царині культуротворення [13], то вони стосуються світоглядних цінностей.

М. Еліаде постулює: “Від віри і від думок викопних решток не залишається” [5]. Але надалі в емпіричній пам'яті соціуму залишаються архетипи культурні, які є похідними від архетипів колективного підсвідомого в первісній системі цінностей буття. Отже, проаналізуємо ті архетипи, що стосуються сфери природи і соціуму.

Для культури традиційного суспільства аграріїв і скотарів (ще давніше мисливців і рибалок кам'яної доби) характерними були архетипи хижого або травоїдного звіра, адже господарська користь від цих тварин значно переважала естетичні вподобання відносно іншого; так само переважали тотемістичні уявлення щодо хижих або диких травоїдних тварин у системі древніх вірувань.

Натомість у сучасному інформаційному полі Інтернету серед тварин віддається перевага архетипам kota і собаки – давно одомашненим тваринам, які живуть у людських оселях або втекли від людей на міські вулиці та околиці. Примітно те, що чим більш складна економічна і політична ситуація в державі, тим все частіше на сайтах з'являються пости (замітки) або відео (YouTube) з архетипом kota. Саме цій тварині приписуються різноманітні, нерідко фантастичні якості. Наприклад, коти виліковують, вони цілителі, рятівники або ж, навпаки, – коти приводять до патологічних хвороб, коти з інших планет тощо. Отож, увага з боку користувачів Інтернету повсякчас і добровільно відволікається на цю миловидну для людського ока тварину, добре знайому з дитинства. Таке постійне повернення до архетипу kota, методом перманентного візуального нагадування про нього, нівелює індивідуальні негативні соціально-психологічні настрої, адже ця тварина асоціюється у нас з м'якістю, пухнастістю і ласкавістю, саме ласкавістю бракує кожній окремій людині в наш час. Стосовно собаки, то вона асоціюється у сучасників, передусім, із вірністю, дружністю, а вже потім з охоронними функціями. В якості веб-зображень особливого поширення в Інтернеті набула порода декоративних собак – домашніх улюбленців, які зручні для утримувачів у міських квартирах.

Отже, архетипи kota і собаки в сучасному просторі Інтернету виконують роль естетично-психологічну. Серед Інтернет-аудиторії популярність веб-зображень архетипів kota і собаки пояснюється антропоцентризмом постіндустріального суспільства та його урбаністичною культурою, де все керується комфортом і безпекою людського існування.

Поза тим, в Інтернеті поширені веб-зображення птаха і риби (значить, і архетипи птаха і риби) як об'єктів харчування або ж як об'єктів розваги та естетичного задоволення в домашньому інтер'єрі (папуга, канарейки, акваріуми з численними кольоровими рибками). Також у веб-зображеннях займають певний рейтинг популярності птахи міських пейзажів і пляжів – чайки, голуби, синиці, сороки – для того, щоб алегорично показати погоду і людський настрій (однак це не стосується звичайних “негламурних” горобців). Тоді як у первісному мистецтві візуальне представлення собак, котів, птахів і риб (також різного виду трав'янистих і хижих тварин) несло сакральне навантаження. Йдеться не про поклоніння тварині, не про культ звірини (хоча він теж мав місце), а про священний зв'язок людини з живим світом природи. Адже з давніх-давен людина не тільки годується представниками тваринного світу, але й живе з ними в одній ойкумені: ці тварини допомагають по господарству, захищають людину, попереджають про природні явища своєю поведінкою, бо ж вони представники певних стихій.

І якщо вже йдеться про архетип птаха, то, безумовно, він пов'язаний з архетипом дерева, який невід'ємний від основи, з якої росте, – архетипу Землі. Проте у випадку архетипів із царства рослин, представлених в якості картинок на веб-сайтах, скромне місце посідає навіть не так дерево, як частина від нього – гілка, з листям чи без листя; значно більшої популярності отримала квітка. Саме парціальні архетипи рослинності, подані у веб-зображеннях, є мірилом високого розвитку урбаністичної культури з її людським практицизмом, що пояснюється принципами норм харчування. Приклад таких парціальних архетипів: квітуча гілка фруктового дерева; окремі земні плоди (ягоди, овочі, фрукти); якщо лист, то чайний; якщо зерна, то кавові; якщо корінь, то імбиру.

Проте стихії (Небо, Вода, Земля), представниками яких є птах, риба і рослина, подані в Інтернеті не більш як фон людської глобальної цивілізації. Архетипи Неба, Води, Землі у веб-дизайні сайтів подані іконічно (в картинках) або конвенційно (в умовних знаках) і більше стосуються інформації щодо прогнозу погоди, тобто поставлені на службу синоптиками в якості презентації асоціацій візуального ряду про стан погоди.

Архетип Води (в численних зображеннях інформаційного контенту) задіяний на ринковій основі у сфері туризму – там, де йдеться про рекреаційні зони (курорти на морях, озерах, мінеральних водах тощо) і в господарській сфері – там, де йдеться про комунальні послуги населення – централізоване водопостачання і водовідведення.

Примітно, що архетип стихії Вогню обов'язково задіяний там, де присутній архетип зброї (вогнепальної) і застосування військової сили – на сайтах політичних і кримінальних новин, а також на сайтах надзвичайних ситуацій, пов'язаних із пожежами. Яскраві зображення архетипу Вогню, популярні у мультимедійному контенті сайтів з он-лайн іграми, мають пряме відношення до вже згаданого нами<sup>1</sup> архетипічного сюжету героїчної битви, погоні і боротьби.

Тим не менш, явний практицизм сучасної постіндустріальної культури – не значить щось найгірше. Хоча, звісно, людство помічає негативні прояви власного антропоцентризму, прислухається до вчених, митців, громадських діячів з активною позицією щодо проблем у системі цінностей, зокрема по відношенню до природи, якщо йдеться про екологічне становище. Відбувається те, що пророкував ще у 80-х роках ХХ ст. філософ і футуролог Е. Тоффлер, а саме: цивілізація майбутнього – не утопія, а “практопія”, тобто світ практичний – не кращий і не гірший з можливих світів [12, с. 244–246]. Але таку цивілізацію ще треба створити: “Це демократична і гуманна цивілізація, яка підтримує рівновагу з біосферою і не потрапляє в небезпечну економічну залежність від решти світу” [12, с. 244–246].

У контексті соціально-економічних змін на початку III тисячоліття господарсько-економічна діяльність постіндустріального суспільства істотно змістилася в бік домінування транспортної інфраструктури. Транспортні комунікації у глобальному вимірі стали обов'язковою частиною щоденного існування як держави, так і окремого громадянина. Адже на

<sup>1</sup> Див. статтю Куліш О. А. “Архетипи Інтернету в контенті сучасного культурного поля України” // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Серія: Мистецтвознавство. – 2015. – № 1 (вип. 33). – С. 208–215.

рівні пересічної людини, щоб бути інтегрованою у соціальну систему, бути затребуваним фахівцем на ринку праці, необхідно постійно приймати участь у курсуванні транспортних засобів за маршрутом “на роботу” і “з роботи” або “на навчання” (школу, коледж, університет...) і в зворотному напрямку.

Нагальна потреба самореалізації і для того, щоб заробити на житло чи облаштувати власне житло і сім'ю, заставляє людей повсякчас долати короткі чи далекі відстані, обирати певні транспортні засоби різного виду: сухопутний (підземний), водний, повітряний. Таким чином, логіка цього дослідження привела нас до архетипу транспортного засобу та архетипу житла (дому), що є найважливішими в культурі постіндустріального суспільства.

Адже і в мистецтві пізньопервісної (епоха міді) та розвиненої первісної общини (доба бронзи) архетип житла найбільш наочно проявився в якості глиняних моделей жител культур мідного віку Гумельниці (Болгарія і Румунія), Трипілля-Кукутені (Україна, Молдова, Румунія), культурно-історичної спільноти Лендель у Середній Європі (Угорщина, Словаччина, Чехія, Польща, частина Австрії). Завдяки археологічним знахідкам мініатюрних глиняних моделей жител і культових споруд встановлена одна із ланок історичного розвитку архітектури з облаштуванням первісних вівтарів і родинного вогнища. Архетип житла сягає глибин палеоліту, зокрема мустьєрського часу – стоянка Молодова I (Чернівецька обл., Україна), де археологом О. Чернишом були знайдені округлі в плані житла типу “яранги” [11, с. 140].

Щодо транспорту, то цей феномен людської культури археологічно зафіксований як існуючий з часів мезоліту, зокрема першими транспортними засобами є човни, лижі, волокуші, нарти (сани). Однак вчені припускають, що найпримітивніші транспортні засоби з'явилися у середньому палеоліті за епохи мустьє, коли неандертальці переміщали важковагову мисливську здобич до місць своїх жител у мішках, зроблених зі шкур, клали їх на кору дерева і тягнули волоком [1]. Проте винайдення колеса і колісного транспорту наприкінці IV тис. до н. е. у Передній Азії кардинально змінило хід історії людства [2, с. 124]. Важкий візок із чотирма суцільними масивними колесами, розрахований на запряжку биків та віслуків, був попередником бойової колісниці. Такий візок відомий в урукському періоді Месопотамії. Зображення подібних візків є серед наскельних малюнків Внутрішнього Тянь-Шаню [2, с. 124]. Зокрема, в ущелині Саймали-Таш (Киргизія) виявлено не менше десятка малюнків колісних візків із запряженими у них биками (енеоліт III тис. до н. е.) [2, с. 124]. Колісний візок був суттєвою допомогою у господарській діяльності (тваринництві, землеробстві). Наступний винахід у бронзовому віці (II тис. до н. е.) двоколісної зі шпичками легкої колісниці, запряженої кіньми, став корисним і важливим у військовій справі, оскільки така технічна перевага для племен, які мали колісниці, надавала можливість здійснювати експансію.

Зображення колісниць в епоху бронзи висікали в якості петрогліфів на величезній території від Монголії до Скандинавії, в Казахстані і в горах Паміру. Це пояснюється тим, що у фольклорних традиціях тих далеких часів був широко розповсюджений міф про сонячну колісницю, адже зв'язок колісниці з солярним культом встановлено за древніми текстами (приміром, у давньоіндійському епосі “Махабхарата”) і за археологічним матеріалом [8, с. 8].

Примітно, що від історичного періоду бронзового віку, коли кінь був незамінним для колісниці і верхової їзди, архетип коня темпорально на початок III тисячоліття трансформувався у ряд асоціацій з успішним способом людського життя у матеріальній сфері – це і кінний спорт (вельми коштовний), і скачки, з обов'язковою присутністю представників фінансової і владної верхівки (членами королівської сім'ї), ставки на тоталізаторах, демонстрація модного одягу та дорогих аксесуарів присутніх на цих скачках чоловіків і жінок. Також архетип коня семантично трансформувався у певну знакову одиницю. Ось як, в автомобільній індустрії закріпилося поняття “кінська сила” (к. с.) – одиниця виміру потужності (це поняття свого часу запропонував шотландський вчений Джеймс Ватт) [15, с. 80]. На сучасному світовому авторинку поняття кількості “кінських сил” стосується не лише характеристики двигуна автомобіля, але й двигуна електромобіля.

Проте на сайтах веб-зображення з архетипом коня зустрічається вкрай рідко, хіба що користувач за власним інтересом зробить “клік” (тобто перехід за посиланням). Натомість архетип транспортного засобу, і як такий автомобіль, за популярністю веб-зображень є

рекордсменом в Інтернеті. Візуально на нього натрапляєш повсякчас і поза своєю волею, бо це невід’ємна частина сучасного людського існування.

Отже, правий К. Юнг, бо, за його концепцією, архаїчна психологія є психологією не тільки первісної, але й сучасної, цивілізованої людини; під цим розуміються не ті окремі вияви атаківізму в сучасному суспільстві, а радше психологія кожної цивілізованої людини, яка, незважаючи на свій високий рівень свідомості, в більш глибоких шарах своєї психіки все ще залишається людиною архаїчною [14, с. 142].

У підсумку дослідження складається враження, що з посиленням розвитку високих технологій суспільство постіндустріальної ери поставило собі на службу архетипи, надаючи їм роль то утилітарну, то естетично-психологічну, то відверто гедоністичну – це є результатом соціально-економічної реальності у площині глобальних процесів цивілізації. А саме: на прикладі веб-зображень архетипу коня і транспортного засобу (від первісного воза до електромобіля) можна простежити як в Інтернеті відбулося поступове заміщення важливості архетипів природної сфери на архетипи предметної сфери. Дизайн-оформлення веб-сайтів орієнтує увагу користувачів Інтернету передусім на архетипи транспортного засобу (ось як автомобіль) і житла (дому). Потім, як другорядне, на зображення архетипів тварин – домашнього kota і собаки, птаха і риби; на зображення парціальних архетипів рослинності з архетипом Землі – гілка, квітка, лист, плоди, зерна, корінь; небесні світила з архетипом Неба (сонце, місяць, зірки); архетипів стихій Вогню і Води. Виняток складає архетип Вогню, який у мілітаризованому суспільстві у візуальному ряді веб-зображень займає позицію на рівних з предметним архетипом зброї.

І найголовніше: історичне значення винайдення колеса разом із колісним транспортом наприкінці епохи енеоліту (якою завершувалася кам’яна доба) важко переоцінити за своєю цивілізаційною важливістю і можна порівняти лише з винайденням Інтернету в постіндустріальній культурі, з його становленням як провідного засобу масової інформації та комунікації початку III тисячоліття.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Виргинский В. Очерки истории науки и техники с древнейших времен до середины XV века (Часть 1) [Электронный ресурс] / В. Виргинский, В. Хотеевков. – Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Science/Virg/02.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Science/Virg/02.php).
2. Гаврилюк Н. О. Колесо / Гаврилюк Н. О., Махортих С. В. Колісниця // Словник-довідник з археології [Редактор, укладач та керівник авторського колективу Н. О. Гаврилюк]. – К. : Наукова думка, 1996. – С. 124–125.
3. Городенко Леся. Інтернет як засіб соціальної комунікації / Леся Городенко // Журналістика: науковий збірник [за ред. Н. Сидоренко]. – К. : Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2013. – Вип. 12 (37). – С. 40–48.
4. Дубов Д. В. Кіберпростір як новий вимір геополітичного суперництва: монографія / Д. В. Дубов. – К. : НІСД, 2014. – 328 с.
5. Элиаде М. История веры и религиозных идей. Том первый: от каменного века до элевсинских мистерий [Электронный ресурс] / Мирча Элиаде. – Режим доступа: <http://psylib.org.ua/books/eliad02/>.
6. Зелінський М. Ю. Розвиток культури в умовах перехідної доби і пошуку нової управлінської парадигми / М. Ю. Зелінський, Ф. П. Власенко // Культура в сучасних трансформаційних процесах: монографія. – Ніжин : ТОВ Видавництво “Аспект-Поліграф”, 2011. – С. 131–156.
7. Іщук Н. В. Антропологічні аспекти Інтернет-комунікацій / Н. В. Іщук // Вісник Національного авіаційного університету. Сер. : Філософія. Культурологія. – 2013. – № 1. – С. 26–30.
8. Максимова А. Наскальные изображения урочища Тамгалы / А. Максимова, А. Ермолаева, А. Марьяшев [Альбом]. – Алма-Ата : Өнер, 1985. – 144 с.

9. Наконечна О. П. Естетичний вимір постмодерної культури / О. П. Наконечна // Культура в сучасних трансформаційних процесах: монографія. – Ніжин : ТОВ Видавництво Аспект-Поліграф, 2011, С. 186–200.
10. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика: Навч. посіб. / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 244 с.
11. Степанчук В. Льодовики, мамонти та первісні люди: Україна мільйон років тому: монографія / В. М. Степанчук. – К. : Наш час, 2007. – 192 с.
12. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер [Перевод с англ.; научный ред. П. Гуревич]. – М. : ООО Фирма Издательство АСТ, 2004. – 345 с.
13. Хамітов Н. Архетипи культури / Назіп Хамітов // Філософський словник. Людина і світ. – К. : КНТ, Центр навчальної літ., 2007. – С. 20–22.
14. Юнг К. Г. Проблемы души нашего времени / Карл Густав Юнг [Пер. с нем. А. Боковикова]. – М. : Академический Проект, 2007. – 288 с.
15. Thurston, Robert Henry. A history of the growth of the steam-engine / Robert Henry Thurston. – New York : D. Appleton and Company, 1878. – p. 80.

#### REFERENCES

1. Vyrhynskiy, V. and Khoteenkov, V. Sketches of history of Science and Technology from the earliest times until the middle of the XV century (part 1), available at: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Science/Virg/02.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Science/Virg/02.php) (access June 24, 2015).
2. Gavryliuk, N. O. and Makhortykh, S. V. (1996), *Koleso. Kolisnytsia* [Wheel. Chariot], Glossary Directory of Archaeology (Editor, compiler and head of the Authors N. O. Gavryliuk), Naukova dumka, Kyiv, pp. 124–125. (in Ukrainian).
3. Horodenko, Lesya (2013), Internet as a means of social communication, *Zhurnalistyka: naukovyi zbirnyk* [Journalism: scientific collection], Kyiv: Institute of Journalism KNU behalf of Taras Shevchenko, Iss. 12 (37), pp. 40–48. (in Ukrainian).
4. Dubov, D. V. (2014), *Kiberprostir yak novyi vymir geopolitychnogo supernytstva* [Cyberspace like new dimension of of geopolitical rivalry: monograph], NISD, Kyiv. (in Ukrainian).
5. Eliade, M. “Histoire des croyances et des idees religieuses. De l’age de la pierre aux mystere d’Eleusis” (Vol. 1), available at: <http://psylib.org.ua/books/eliad02/> (access June 3, 2015).
6. Zelinskyi, M. J. and Vlasenko, F. P. (2011), Development of culture in conditions of transitive period and search for new management paradigm, *Kultura v suchasnyh transformatsiynykh procesah: monografia* [Culture in modern transformational processes: monograph], TOV “Publishing House “Aspekt-Poligraf”, Nizhin, (in Ukrainian), pp. 131–156. (in Ukrainian).
7. Ishchuk, N. V. (2013), Anthropological aspects of Internet communications, *Visnyk Natsionalnogo aviatsiinoho universytetu. Ser.: Filosofia. Kulturolohiia*, [Visnyk of National Aviation University. Philosophy. Culturology], Kyiv, no. 1, pp. 26–30. (in Ukrainian).
8. Maximova, A., Ermolaeva, A. and Mariashev A. (1985), *Naskalnye izobrazheniya urochishcha Tamgaly* [Rock carvings of Tamgaly: album], Æner, Alma-Ata. (in Russian).
9. Nakonechna, O. P. (2011), Aesthetic dimension of postmodern culture, *Kultura v suchasnyh transformatsiynykh procesah: monografia* [Culture in modern transformational processes: monograph], TOV Publishing house Aspekt-Poligraf, Nizhin, pp. 186–200. (in Ukrainian).
10. Potyatynik, B. V. (2010), *Internet-Zhurnalistyka: nav. posibnyk* [Internet journalism: tutorial], PAIS, Lviv. (in Ukrainian).
11. Stepanchuk, V. (2007), *Liodovyky, mamonty ta pervisni liudy: Ukraina milion rokiv tomu* [Glaciers, mammoths and primitive people: Ukraine million years ago: monograph], Kyiv, Nash chas. (in Ukrainian).
12. Toffler, E. (2004), *Trietia volna* [Third Wave: monograph], Translated by; science editor Gurevich, P., ООО Фирма Издатelство АСТ, Moscow. (in Russian).
13. Khamitov, N. (2007), *Arkhetypy kultury* [Archetypes of culture], *Filosofskyi slovnyk: Liudyna i svit* [the Philosophical Dictionary: Human and world], KNT, Zentr navchalnoi lit., Kyiv, pp. 20–22. (in Ukrainian).

14. Jung, C. G. (2007), *Problemy dushy nashego vremeni* [The problems of the soul of our time: Selected works], Translated by Bokovikov, Moscow, Academic project. (in Russian).
15. Thurston, Robert Henry (1878), *A history of the growth of the steam-engine*. The International Scientific Series. New York: D. Appleton and Company. (in English).

УДК 76.01 (510) : 930

Чен Чжоу

### СОВРЕМЕННАЯ КИТАЙСКАЯ КАЛЛИГРАФИЯ В НАУЧНЫХ ДИСКУССИЯХ КОНЦА XX – НАЧАЛА XXI ВЕКА

*В статье охарактеризовано новые тенденции в области китайской каллиграфии, которые берут свое начало с середины 1980-х гг. XX в. Исследовано основные направления в дискуссии, развернувшейся вокруг поисков новейших форм каллиграфии. Рассмотрено основные публикации китайских практиков и теоретиков в области каллиграфии и их наиболее известные проекты.*

**Ключевые слова:** *графический дизайн, современная китайская каллиграфия, традиции и новации в культуре Китая.*

Чен Чжоу

### СУЧАСНА КИТАЙСЬКА КАЛІГРАФІЯ У НАУКОВИХ ДИСКУСІЯХ КІНЦЯ XX – ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ

*У статті охарактеризовано нові тенденції в галузі китайської каліграфії, що беруть початок з середини 1980-х рр. XX ст. Досліджено основні напрями в дискусії, що розгорнулася навколо пошуків новітніх форм каліграфії. Розглянуто основні публікації китайських практиків і теоретиків у галузі каліграфії та їхні найбільш відомі проекти.*

**Ключові слова:** *графічний дизайн, сучасна китайська каліграфія, традиції і новачії в культурі Китаю.*

Chen Zhou

### CONTEMPORARY CHINESE CALLIGRAPHY IN SCIENTIFIC DISCUSSIONS OF THE LATE XX – EARLY XXI CENTURY

*The article deals with new trends in Chinese calligraphy, which originate from the mid 1980's of the 20-th century. The purpose of the study determines the choice of research methods, ones of verification and comparative analysis of the text.*

*The problem of the collision of tradition and innovation is characteristic of Chinese culture, which is evidenced by the discussion around searching for new forms of calligraphy that started in a theoretical and practical plane. The article is based on the description of that discussion in the studies of famous Chinese practitioners and theorists in the field of calligraphy.*

*Generally, it can be reduced to two main positions. Some practitioners and theorists, while not denying the change of the situation at the turn of the millennium and the need to find new means of expression, call to construct them on the traditional basis characteristic of the known samples of Chinese calligraphy. Their opponents call to boldly depart from tradition, focusing on the European avant-garde art, both theoretically and in terms of visual images. At the same time, there is also an important platform uniting the two opposing camps which is not denied by any of the parties. It is*