

УДК: 654.197:791.43

*Мазепа Андрій Олегович,
аспірант Київського національного
університету культури і мистецтв
ORCID 0000-0002-6285-6109
376@ukr.net*

ПРОБЛЕМА ГЕРОЯ В СУЧАСНОМУ ВІТЧИЗНЯНОМУ ТЕЛЕСЕРІАЛІ

Метою статті є вивчення особливостей героя в українському ігровому телесеріалі початку ХХІ ст., аналіз типів героїв з огляду на теорію архетипів, що дає змогу по-новому виявити смисли, які сценаристи та режисери закладають у свої твори, а також визначити механізми, за допомогою яких сценаристи досягають реальності у серіалах. **Методологія.** Дослідження має міждисциплінарний характер, використовуються історичний (діахронія), порівняльний (синхронія), а також системний підходи. **Наукова новизна.** У статті вперше зроблено спробу проаналізувати проблему героя на прикладі українського вітчизняного телесеріалу. **Висновки.** Український телесеріал початку ХХІ ст. тяжіє до зображення на екранах героїв з романтично забарвленими настроями і поривами, впевненими у подальших подіях. За всієї різниці образів і тем, методів і прийомів одним з ключових для вітчизняного телесеріалу ХХІ ст. залишається тяжіння до колективного підсвідомого, фольклорно-архетипного, звідки беруть початок всі зміни, куди йдуть корінням всі старі, перероджені герої і мотиви. Архетипи не просто залишаються в житті, в сучасній нам реальності, вони знаходять себе в новому мистецтві, заснованому на традиції. Індивідуальні (авторські) архетипні образи, що є продуктом авторів сценаріїв серіалів, переважно є складними. Автор сценарію серіалу обирає такий колективний підсвідомий образ, що відповідає вимогам індивідуальності та який співвідноситься із сучасною ситуацією. Встановлено, що побудова телесеріальних образів скерована міфосвідомістю телеглядачів. Розглянуті основні особливості кожного окремого типу героя, прослідковано специфіку їхнього втілення в сучасній українській телекультурі. Доведено, що при виборі героя авторське бачення сценариста накладається на архетипний зміст несвідомого, на ті його аспекти, які є актуальними на момент індивідуалізації. Зазначено, що пошуки героїчного завжди пов'язані з пошуком сенсу того, що відбувається в той чи інший історичний момент. Констатовано, що героїчний образ – не тільки головний елемент втілення задуму авторів телесеріалів, а й проєкція реального життя сучасників.

Ключові слова: телеобраз, телегерой, архетип, телесеріал, міфосвідомість.

Мазепа Андрей Олегович, аспирант Киевского национального университета культуры и искусств

Проблема героя в современном отечественном телесериале

Цель работы. Целью статьи является изучение особенностей героя в украинском игровом телесериале начала ХХІ в., анализ типов героев с учетом теории архетипов, поскольку исследования архетипических принципов образов героев позволяет по-новому проявить смыслы, которые сценаристы и режиссеры закладывают в свои творения, а также установить механизмы, при помощи которых сценаристы достигают реальности в сериалах. **Методология.** Исследование носит междисциплинарный характер, используются исторический (диахрония), сравнительный (синхрония), а также системный подходы. **Научная новизна.** В статье впервые сделана попытка проанализировать проблему героя на примере украинского отечественного телесериала. **Выводы.** Украинский телесериал начала ХХІ в. тяготеет к изображению на экранах героев с романтически

окрашеними настроєннями і порывами, уверенними в дальнейших событиях. При всей разнице образов и тем, методов и приемов одним из ключевых для отечественного телесериала XXI в. остается тяготение к коллективному подсознательному, фольклорно-архетипному, откуда берут начало все изменения, куда идут корнями все старые, перерожденные герои и мотивы. Архетипы не просто остаются в жизни, в современной нам реальности, они находят себя в новом искусстве, основанном на традиции. Индивидуальные (авторские) архетипные образы, являющиеся продуктом авторов сценариев сериалов, преимущественно являются сложными. Автор сценария сериала выбирает коллективный подсознательный образ, соответствующий требованиям индивидуальности и соотносящийся с современной ситуацией. Установлено, что построение телесериального образа обусловлено мифосознанием телезрителей. Рассмотрены основные особенности каждого отдельного типа героя, прослежена специфика их воплощения в современной украинской телекультуре. Доказано, что при выборе героя авторское видение сценариста накладывается на архетипическое содержание бессознательного, на те его аспекты, которые являются актуальными на момент индивидуализации. Отмечено, что поиски героического всегда связаны с определением смысла происходящего в те или иные исторические моменты. Констатировано, что героический образ – не только основной элемент воплощения замыслов авторов телесериалов, но также и проекция действительной жизни современников.

Ключевые слова: телеобраз, телегерой, архетип, телесериал, мифосознание.

Mazepa Andriy, Postgraduate Student, Kyiv National University of Culture and Arts

The problem of the hero in the modern domestic tv series

The purpose of the article is to study the characteristics of the hero in the Ukrainian game television series of the beginning of the XXI century, the analysis of the types of heroes taking into account the theory of archetypes, since the study of the archetypal principles of heroes' images makes it possible to demonstrate in a new way the meanings that the scriptwriters and directors put into their works, with the help of which the writers reach reality in the series. **Methodology.** The study is of an interdisciplinary nature, historical (diachronic), comparative (synchrony), and also systemic approaches are used. **Scientific novelty** of the work. The article first attempts to analyze the problem of the hero on the example of the Ukrainian domestic TV series. **Conclusions.** Ukrainian television series beginning of the XXI century. On the screens of the characters with romantically colored moods and impulses, confident in further events. With all the difference of images and themes, methods and techniques one of the keys for the domestic television series of the XXI century remains to the collective subconscious, folk-archetypal, from where all changes originate, where all the old, reborn heroes and motifs originate. Archetypes do not just remain in life, in our present reality, they find themselves in the new art based on tradition. Individual (author's) archetypal images, which are the product of the authors of the TV series scripts, are predominantly complex. The author of the script of the series chooses a collective subconscious image that meets the requirements of individuality and correlates with the current situation. It has been established that the construction of a television serial image is due to the hypothesis of television viewers. The main features of each type of hero are considered, the specificity of their implementation in modern Ukrainian TV culture is traced. It is proved that when choosing a hero, the author's vision of the screenwriter is superimposed on the archetypal content of the unconscious, on those aspects that are relevant at the time of individualization. It is noted that the search for the heroic is always connected with the search for the meaning of what is happening at a particular historical moment. It was stated that the heroic image is not only the central element of the embodiment of the authors of the television series but also a projection of the real life of contemporaries.

Key words: TV image, TV hero, archetype, TV series, mythology.

Актуальність теми дослідження. Сьогоднішній український телепростір – складне і багатогранне явище. Зміни, що настільки різко і стрімко розгорнули хід подій вітчизняної історії у 2014 та наступних роках, безумовно, накладають відбиток на розвиток країни і вибір шляху її мистецтва.

Саме в цих історичних умовах телебачення стало одним з найбільш сильних чинників впливу на маси та розпочало слугувати справі патріотичного виховання народу. У цьому аспекті перед ним постає завдання: створити героя нової держави, який втілює в собі кращі риси часу, чие «слово було б значимим для глядача, а мовчання мало б драматургічне значення» [10, 24]. При цьому герой нового часу не повинен відштовхнути аудиторію якоюсь надмірною позитивністю, він повинен бути цікавим і близьким глядачеві. Формування такого сучасного героя стало темою численних дискусій кінематографістів, громадських діячів, письменників, членів урядових кіл тощо.

Аналіз досліджень і публікацій. Загалом, багатосерійний художній фільм, його проблематика і художньо-естетичні характеристики були досить докладно проаналізовані та вивчені ще за радянської доби. Проте сучасність незалежної України висуває нові вимоги щодо змісту та специфіки реалізації героя у вітчизняному телевізійному мистецтві. Натомість нових наукових розвідок, присвячених цим питанням, суттєво бракує.

Серед останніх досліджень і публікацій, присвячених цим питанням, можна виділити наукові розвідки О. М. Євтушенка [2], Т. Нікітіної [6], М. А. Собуцького [7]. Проте вони лише дуже опосередковано торкаються проблеми героя у сучасному телесеріалі, відтак ця тематика залишається малодослідженою в українському мистецтвознавстві та культурології, що підтверджує актуальність наукових пошуків у цьому напрямку.

Метою статті є вивчення особливостей героя в українському ігровому телесеріалі початку ХХІ ст., аналіз типів героїв з огляду на теорію архетипів, що дозволяє по-новому виявити смисли, які сценаристи та режисери закладають в свої твори, а також визначити механізми, за допомогою яких сценаристи досягають реальності у серіалах.

Виклад основного матеріалу. Особливістю теледраматургії початку ХХІ століття стає пошук героїв в жорсткому соціумі з міфологічними рисами. Можна сказати, що героїчні типи, які проявляються в українській культурі, є еманціями давніх архетипових образів-міфологем: жіночого прототипу, що з'єднує в собі архетипи Матері-землі в язичницькій традиції і Богородиці у православно-християнському світобаченні; чоловічого прототипу, заснованого на архетипі Отця-неба (Великого батька); персонажів, які походять від міфологічного культурного героя і його антипода трікстера: язичницького героя-богатиря, християнського героя-праведника, а також дурня, блазня і шахрая. Ці типи героїв часто знаходять втілення і в образах персонажів вітчизняного телесеріалу.

Загалом поняття «архетип» вперше з'явилося в роботах психоаналітичного характеру, зокрема – у працях теоретиків міфу. Більш сучасні дослідники оперують поняттям «стереотип», обґрунтовуючи його існування теорією домінанти Ухтомського.

За А. А. Ухтомським [8], домінанти людської поведінки формуються в результаті утворення в корі головного мозку вогнищ збудження, що визначають психофізичні реакції. Цей психофізіологічний механізм, на думку Вікентьєва [1], лежить і в основі будь-якої комунікації. Неможливо грамотно проектувати будь-яку комунікацію, не враховуючи домінанти психіки та стереотипи свідомості людини, хоча людина часто сама не усвідомлює їх. Поряд з домінантою, яку можна і потрібно коригувати у

комунікаційному процесі, у людини також є стереотипи – це домінанти в їх більш спокійній стадії.

У контексті культурології важливо, що архетипи – це апріорні первинні схеми образів, які відтворюються несвідомо. Вони організують роботу уяви і тому виявляються в міфах, творах літератури і мистецтва. Подібне формулювання наводиться в статті С. С. Аверінцева «Архетипи», вміщеній в енциклопедії «Міфи народів світу»: «... в типовому завжди є дуже багато міфічного, міфічного в тому сенсі, що типове, як і будь-який міф, – це початковий зразок, початкова форма життя, позачасова схема, з давніх-давен задана формула, в яку вкладається усвідомлюване життя, що смутно прагне відновити колись визначені їй прикмети» [5, 110]. Таким чином, аналогія між архетипом і «вічним стереотипом» вибудовується на підставі того, що онде й друге є схемою, заданою формулою; при цьому не обмовляється, що архетип в культурі має невичерпний потенціал образно-сислової реалізації.

Важливим також є те, що інтеграція несвідомих образів у свідомість, що породжує канон колективного свідомого, замикає архетиповий зміст у раціонально потрактованих образах, сенс яких затемнюється за допомогою заперечення поля колективного несвідомого. Несвідоме відтворення архетипових мотивів в каноні колективного свідомого уніфікується, рефлексії над змістом архетипових образів стають тлумаченням конкретної особистості або персонажа, взятого у відриві від його архетипової суті. Так, звернення до міфологічних сюжетів античності, поновлюване в мистецтві Відродження стає продовженням культурного канону з боку колективного свідомого, а з позиції колективного несвідомого – це продовження подібної фіксації архетипу. Власних варіацій архетипу у цьому випадку начебто немає, є тільки доцільність канону [4]. Тобто відбувається символізація архетипу. Через засвоєння свідомістю несвідомих образів, свідомість символізує образ, тобто відкладає в скарбничку своїх культурних цінностей. Архетип як мимовільна форма твердне в архетипових образах і набуває там дві форми існування. По-перше, архетип в несвідомому продовжує змінюватись. По-друге, як окультурений в деяких своїх образотвореннях, він застигає в символах. З позначення цих двох способів існування архетипу впливає наступне: аналізуючи нескінченні образи архетипів (що неможливо у всій повноті), можна було б прийти до більш чіткого портрету особливостей, проблем і властивостей особистостей та певних товариств. Розбираючись же з архетипами-символами, можна обмежити коло образів і значень, опосередкованих свідомістю і включених в канон колективного свідомого, і тим самим простежити ті ж особливості, проблеми, властивості на підставі обраних архетипових фігур, сутність яких приховує централізоване архетипове. Архетипи-символи відбирають образи («обрані» архетипічні образи), характерні для позначення внутрішніх смислів явищ, що відбуваються у свідомій дійсності, у несвідомій дійсності, в громадському фокусі та всередині особистості. Не можна вважати, що символізація архетипу робить символ нерухомим статичним чином. Динамічність, як одна з головних властивостей архетипу, і творчий характер несвідомого нашаровуються на нові символи.

У книзі К. Юнга [9] виділено шість архетипів. Архетип Немовляти, архетип Кори (Діви), архетип Матері, архетип Відродження, архетип Духа і бінарні архетипи Героя і Трікстера.

Якщо говорити про архетип Немовляти, стає очевидним, що він є невіддільним від архетипу Героя, певним чином це один і той же архетип. Кажемо ми про дитинство чи про юність Героя, – з легкістю можна помітити, що завжди мова йде саме про героя, якого не сплутати зі «звичайними» людьми. Карл Керенї, співавтор Юнга у роботі [9], виділяє образи Аполлона, Гермеса, Зевса, Діоніса. Широковідомі образи грецьких богів поєднують в собі і архетип «Предвічного Немовляти», і архетип Героя, і архетип Чоловіка взагалі (якщо можна виділяти подібний архетип). Керенї не говорить тільки про грецьких «немовлят», він звертається до міфології вогулів та інших образів. «Мотив немовляти представляє підсвідомий дитячий аспект колективної душі. Згадуючи образи богів-немовлят, народжених серед інших богів, на небесах чи, на землі, ми повертаємося до питання про наше народження, народження світу або зародження і відділення нашої свідомості» [9, 216].

З вітчизняних кінематографічних версій архетипу Дитини, можна виділити телесеріал «Школа» з головними героями-підлітками, які згодом цілком можуть перейти з розряду немовлят у герої, ставши, наприклад, героєм-детективом.

Типові ж кіногерої – це, безумовно, відомі «полулюди» – Бетмен, Людина-павук, що перекочували з коміксів, Індіана Джонс, Джеймс Бонд та ін. До речі, в цих історіях неодмінним атрибутом завжди є якась жінка, яка начебто існує цілком самостійно і окремо від героя, але її присутність в історії може натякати на мотив гермафродитизму в міфології. Не можна забувати про Термінатора, Рембо і, звичайно ж, Нео з «Матриці». Відомі детективи, наприклад, багато разів екранізовані Шерлок Холмс і Еркюль Пуаро, ім'я яких безпосередньо відсилає до героїчного мотиву і подвигів. Інші детективи, наприклад, Коломбо – також відповідають архетипу героя. В українському серіальному виробництві цей тип представлений персонажами телесеріалів «Гвардія» (зокрема, персонаж на прізвисько «Дід») та головним героєм у серіалі «Міф», а також багатосерійними екранізаціями літературних творів (наприклад, це Яким Сомко чи Петро Шраменко з «Чорної ради», або Тарас Бульба з однойменного телесеріалу).

Перетинається і переплітається з архетипами Немовляти і Героя, архетип Духа, що часто втілюється (або перевтілюється) в казках в образі старого, старого-мудреця. Тут старість є синонімом мудрості, тим самим звертається увага на інше якісне значення архетипу Духа у порівнянні з архетипами немовлят-героїв. Старець завжди з'являється в той момент, коли герой знаходиться в безнадійному і відчайдушному становищі, з якого його може врятувати тільки глибоке міркування або вдала думка. Але оскільки через внутрішні або зовнішні причини герой не може впоратися сам, знання, необхідні для того, щоб заповнити пробіл, приходять в формі персоніфікованої думки, наприклад, у формі проникливого і здатного допомогти старця. Схоже, що фігура старця уособлює рефлексію і концентрацію моральних і фізичних сил, що відбуваються в психічному просторі поза свідомістю, коли свідомі думка ще або вже неможлива. Концентрація психічних сил завжди має в собі щось, що виглядає магічно: завдяки їй розвивається надзвичайна витривалість, яка часто незбагненна свідомими зусиллями волі. Це може бути випадковий перехожий, бідняк, який зустрівся на шляху героя або сусід. Опинившись на шляху начебто випадково, згодом виявляється, що ця людина була або богом, або чарівником, в загальному, герой отримує від нього певну винагороду за люб'язність [4]. Часто це

вчитель, наставник героя. Саме таким є образ полковника Шрама з «Чорної ради» або ж образ лікаря Юрія Петровича з «Катерини».

Архетип Відродження тісно переплетений з архетипом Героя – це герой може перемагти смерть і повстати від неї, це герой може померти і воскреснути, це він може знищити якесь чудовисько і підбадьоритися. Таким чином, виходить, що архетип Відродження є характеристикою або додатковим значенням архетипу Героя. Але це не повинно ні дивувати, ані змушувати сумніватися в правомірності виділення його в самостійний архетип. У телесеріалі архетип відродження легко прочитується в інтригуючій післямові до фільму, де замість «закінчення» написано «далі буде». Герой завжди готовий битися зі злом і темрявою, він завжди відроджується (у новій серії, в продовженні), щоб знову перемагти. По суті, архетип відродження – це властивість героя. Наприклад, Термінатор служить чудовим прикладом архетипу відродження. В українському сучасному телебаченні цей тип втілений в образах, подібних до образу Миколи з телесеріалу «Катерина».

Також існує протилежний бік героя, або Тінь Трікстера. Трікстер – це своєрідна друга особистість, але особистість нижчого і нерозвиненого характеру, вона відокремлюється від власне особистості як сукупність її недоліків. Образ Трікстера не просто закріплюється в архетиповому плані, він підтримується і культивується свідомістю, як плідний предмет критики, як самовдоволення свідомості, як визнання ним себе вищим благом на відміну від примітивного (несвідомого) Трікстера, який відторгається від особистості, виводячись в окрему істоту. Трікстер як колективний образ тіні, як сукупність всіх нижчих рис характеру в людях, покликаний до відповіді за усе неналежне, незрозуміле в людині, їй нібито неприродне. Навіть в міфологічному словнику [3] він описується через протиставлення: «від культурного героя як би відгалужується образ первісного шахрая – Трікстера, що є або його братом, або його «другою особою» (в такому випадку йому приписуються і культурні діяння, і шахрайські витівки). Трікстер поєднує риси демонізму і комізму. Такими є образ Івана Брюховецького з «Чорної ради», Дмитра Петрука з «Останнього москаля» або ж актора Олексія Красильнікова з мелодраматичного телесеріалу «Катерина». Тіньова сторона цих персонажів завжди виправдовується поняттями (зокрема у Івана – «ворог», «війна», «патріотизм», у Дмитра – «сім'я», «бізнес»; у Олексія – «професія», «необхідність») тобто такими поняттями-явищами, які вивільняючи тіньові несвідомі імпульси-дії, роблять їх легальними на підставах їх архетипності. «Помилка», «помилковий крок», «промах» – недоліки свідомої особистості, вплив – як протидія Трікстера-Тіні. Несвідома вказівка «невірної» дороги, шляхи, способи, дії – як «моральна» компенсація зневагою. Наростаюче напруження призводить до акумулювання енергії і, згодом, до її викиду. Перипетії існування Героя і Тіні – теми, що мають величезну кількість відображень в архетипових сюжетах мистецтва. Їх поєднання і різниця, їх протилежність – основа для роздумів і творчого початку. Саме таке поєднання ми бачимо в образах Івана (архетип Героя) та Дмитра (Трікстер) Петруків з «Останнього москаля».

У процесі індивідуалізації кожна людина зустрічається з «фігурою образу душі» – «цю фігуру в психічній субстанції чоловіка Юнг позначає терміном «аніма», а в психічній субстанції жінки – терміном «аніmus». Архетипова фігура «образу душі» символізує комплементарну частину психічній субстанції і відображає як наше ставлення до цього аспекту душі, так і переживання людиною всього того, що

пов'язано з протилежною статтю. Аніма з однаковим успіхом може прийняти вид ніжної юної дівки, богині, чаклунки, ангела, демона, жебрачки, вуличної дівки, відданої подруги, амазонки тощо. Різноманітні форми може приймати також і анімус; як типових фігур назвемо Діоніса, Синю Бороду, Щуролова, Летючого Голландця, Зігфріда, а на нижчому, примітивному рівні – знаменитих кіноакторів, чемпіонів або, що характерно для суперечливих епох, – відомих політичних або військових вождів (цікавими у цьому плані є образи Катерини з телесеріалу «Доярка з Хацапетівки» та Василя Сталіна з телесеріалу «Син батька народів» (спільного виробництва).

Тиск Анімуса може мати різні наслідки: він може, зокрема, зробити жінку жіночною в більш глибокому розумінні, однак за умови, що вона допускає сам факт власної одержимості Анімусом і щось робить для того, щоб знайти його енергії додаток в реальному житті. Якщо вона знаходить для нього поле діяльності – зробивши, скажімо, яесь спеціальне дослідження або виконуючи якусь чоловічу роботу – то це може дати роботу анімусом і одночасно сприяти поживленню її емоційного життя і поверненню до власне жіночої діяльності (зокрема, пара Аніма-Анімус представлена у образах Дмитра і Каті – головних героїв телесеріалу «Доярка з «Хацапетівки»).

Архетип Самості – центральний і особливий архетип. Самість – найглибше ядро психіки. У сновидіннях жінок цей центр уособлюється верховним жіночим чином – черницею, чарівницею, матір'ю-землею або богинею природи і кохання. У чоловіків він проявляється як людина, що є таємницею. Такими, зокрема, є образи Ксені з «Останнього Москаля» та Діда з «Гвардії» (у даному випадку він перетинається з образом Героя).

Варто також відзначити, що персонажі сучасних українських ігрових телесеріалів, походження яких пов'язане з архетипами героя-захисника, праведника, бунтаря, жіночих архетипових прототипів, активно впливають на навколишній соціум. Міць архетипу, що лежить в основі образів героїв, допомагає їм перетворювати світ навколо себе, оберігаючи гуманістичні ідеали, повертаючи в соціум поняття про неминущі моральні цінності.

Наукова новизна. У статті вперше зроблено спробу проаналізувати проблему героя на прикладі українського вітчизняного телесеріалу.

Висновки. Український телесеріал початку XXI ст. тяжіє до зображення на екранах героїв з романтично забарвленими настроями і поривами, захопленими досягнутим і впевненими в подальших подіях. При всій різниці образів і тем, методів і прийомів одним з ключових для вітчизняного телесеріалу XXI ст. залишається тяжіння до колективного підсвідомого, фольклорно-архетипового, звідки беруть початок всі зміни, куди йдуть корінням всі старі, перероджені герої і мотиви. Архетипи не просто залишаються в житті, в сучасній нам реальності, вони знаходять себе в новому мистецтві, заснованому на традиції і в той же час знаходиться в постійному пошуку нових методів, ідей та образів – мистецтві телесеріалу.

Індивідуальні (авторські) архетипові образи, що є продуктом авторів сценаріїв серіалів, переважно є складними, в них ми бачимо той же синкретизм, що пов'язано з повторенням ключових спостережень-переживань у процесі особистого «дорослішання», однак авторські образи вже не містять в собі всієї маси варіацій архетипових, як це відбувається в колективній творчості. Автор сценарію серіалу

обирає такий колективний підсвідомий образ, що відповідає вимогам індивідуальності та який співвідноситься з сучасною ситуацією. Авторське бачення накладається на архетиповий зміст несвідомого, на ті його аспекти, які актуальні на момент індивідуалізації. Складність образів сучасного українського телесеріалу, які персоніфікують або втілюють конкретний етап-момент індивідуалізації, зумовлюється змістовною проблемою цього моменту.

Узагалі проблема героя в кіно невичерпна. Пошуки героїчного завжди пов'язані з пошуком сенсу того, що відбувається в той чи інший історичний момент. Героїчний образ – не тільки головний елемент втілення задуму авторів телесеріалів, а й проєкція реального життя сучасників. Перспективами подальших наукових розвідок є дослідження ігрового телесеріалу як специфічної форми публічної комунікації.

Література

1. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и Public Relations. Санкт-Петербург, 2007. 407 с.
2. Євтушенко О. М. Комунікаційні механізми репрезентації медіаобразу героя. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2015. № 2. С. 16-21.
3. Корепина Л. Ф., Корепина Э. И. Мифологический словарь. Боги и герои. Москва, 2018. 80 с.
4. Мелетинский Е. Поэтика мифа. Санкт-Петербург, 2018. 478 с.
5. Мифы народов мира: энциклопедия: в 2 тт. / ред. совет: А. М. Прохоров и др. Москва, 2008. Т. 1. 671 с.
6. Никітіна Т. Герой нового українського кіно у дзеркалі громадської думки. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2016. № 4. С. 181-188.
7. Собуцький М. А. Етичний вибір героя серіалу з погляду психоаналізу. *Наукові записки НаУКМА. Теорія та історія культури*. 2016. Т. 179. С. 57-63.
8. Ухтомский А. А. Доминанта. Санкт-Петербург, 2002. 448 с.
9. Юнг К. Г. Архетип и символ. Москва, 2018. 335 с.
10. Fiske J. Television culture. London; New York, 1987. 353 p.

References

1. Vikentyev, I. L. (2007). Methods of advertising and Public Relations. Sankt-Peterburg [in Russian].
2. Yevtushenko, O. M. (2015). Communication mechanisms for the representation of the hero's media image. *Derzhava ta regiony, Social`ni komunikaciyi*, 2,16-21 [in Ukrainian].
3. Korepina, L. F. & Korepina, E. (2018). Mythological dictionary. Gods and heroes. Moskva [in Russian].
4. Meletinskii, E. (2018). The Poetics of Myth. Sankt-Peterburg [in Russian].
5. Prokhorov, A. M., et al. (2008). Myths of the World: Encyclopedia: in 2 vols. Moskva [in Russian].
6. Nikitina, T. (2016). The hero of the new Ukrainian cinema in the mirror of public opinion. *Sociologiya: teoriya, metody`, markety`ng*, 4, 181-188 [in Ukrainian].
7. Sobucz`ky`, M. A. (2016). Ethical selection of the hero from the point of view of psychoanalysis. *Naukovi zapu`sky` NaUKMA. Teoriya ta istoriya kul`tury`*, Vol. 179, 57-63 [in Ukrainian].
8. Ukhtomskii, A. A. (2002). Dominant. Sankt-Peterburg [in Russian].
9. Iung, K. G. (2018). Archetype and symbol. Moskva [in Russian].
10. Fiske, J. (1987). Television culture. London : New York [in English]