



Оглавление

Предисловие	7
Глава 1. От первобытности к Античности. Откуда родом архетипы	10
Глава 2. Архетипические образы в древнегреческой культуре.....	31
Глава 3. Виды архетипических сюжетов	51
Глава 4. Тип культуры и архетип героя	77
Глава 5. Путь героя по Кэмпбеллу.....	92
Глава 6. Страсти по архетипам	105
Глава 7. Как менялись архетипы на протяжении истории человечества	122
Глава 8. Как менялись психотипы в XIX–XX веках	143
Глава 9. Архетип возраста в произведениях XX–XXI веков	158

Глава 10. Проявление древних моделей в дизайне, моде и рекламе	175
Глава 11. Архетипы нашего времени: на страницах книг, в кино и в жизни	198
Глава 12. Архетипы места, чисел и форм. Архетипические предметы.	214
Вместо послесловия.	232

Предисловие

Понятие «культура» можно трактовать по-разному, но смысл всегда остается примерно одинаковым. Под культурой принято понимать совокупность духовного и материального наследия, которое человечество накапливало на протяжении своей истории и которое оно, во-первых, продолжает накапливать, а во-вторых, постоянно использует.

Составляют этот синтез духовного и материального наследия повседневный быт, религии и искусство. При этом какая-то одна из этих составляющих культуры в реальной жизни крайне редко проявляется сама по себе. В действительности мы чаще всего наблюдаем разные сочетания одного, другого и третьего. Бытовая, религиозная и художественная культуры постоянно перемешиваются. Например, в моде, рекламе и дизайне встречаются элементы и художественной, и бытовой культуры; в празднике — бытовая и религиозная; в «Песни песней» — религиозная и художественная.

Все три составляющие культуры — искусство, быт, религия — неотъемлемая часть нашего существования вне зависимости от географических координат и исторического периода. Это объединяет всех людей на планете; это было у древних, это есть и у нас.

Следовательно, есть (и всегда был) некий общий для всего человечества ключ, понятный и представителю неконтактного племени на Андаманских островах, чей быт практически не менялся на протяжении тысяч лет, и молодому предпринимателю с Манхэттена наших дней. Именно этот ключ еще в начале XX в. Карл Густав Юнг назвал архетипом, представляющим собой структурный элемент коллективного бессознательного.



**Древнее жертвоприношение и голова сатира.
Феличе Джани (1758–1823)**

Этот «набор» из ритуала, жертвы, обрядовой маски есть в каждой культуре — от Мезоамерики до Индонезии, от Гренландии до Чили

Коллективное бессознательное состоит из нескольких слоев, отвечающих за личное, групповое, семейное, национальное, расовое и т. д. Но, в отличие от личного (или индивидуального) бессознательного, коллективное ока-

зывается действительно общим для всех: его элементы — архетипы — находят отклик у каждого.

Архетип представляет собой некий общечеловеческий первообраз, выраженный в виде персоналии, обстоятельства или ситуации. Люди легко их считывают и видят постоянно. Где же?

Каждый день человек сталкивается с текстами, изображениями и самыми разными медиа. Многие любят читать (во всяком случае, на это хочется надеяться), смотреть кино и сериалы, обсуждать рекламу, клипы и фотографии. А почему любят читать и обсуждать? И что именно обсуждают? То, что понравилось или не очень, отозвалось в душе или нет, когда близка и понятна история героя и сама ситуация.

Если «понятно» — это вопрос узнавания. Говоря: «Мне это близко», «Я такой же!» или «Со мной такое тоже было», а то и «Вот бы со мной такое случилось / никогда такого не произошло!» — человек выражает отклик; обычно люди пропускают увиденное, услышанное или прочитанное через себя. И здесь мы подходим к ключевым понятиям, с которыми человечество сталкивается на протяжении всей своей истории. Это вопрос самоидентификации («О, это же я! Я узнаю себя в этом образе») и сопричастности («Я такой же, как...»).

Дело в том, что человеку от начала времен и по сей день важно, с одной стороны, определиться со своим индивидуальным «я» и понять, «что я такое есть». С другой — не менее важно слиться с группой себе подобных, то есть сохранить самость и в то же время ощутить себя защищенным благодаря принадлежности к общности. Все это и дают нам узнаваемые образы или ситуации — архетипы.