УДК 124.42
DOI: 10.36979/1694-500X-2026-26-6-62-68

О КОЛЛЕКТИВНОМ БЕССОЗНАТЕЛЬНОМ – МИФЫ И АРХЕТИПЫ

И.Е. Лукьященко, Н.И. Осмонова

Аннотация. Рассмотрены понятия архетипа и мифа, их необходимость для общества и культуры. Декларация необходимых норм, идеалов и ценностей является задачей для любого общества и процесса воздействия на общественное сознание. Для современного поликультурного общества необходимо найти глубинные символы, выработать общую систему идей, связывающую социум с историей данного народа и его культурой. Культура достаточно консервативна благодаря наличию в ней архетипов, которые первоначально необходимы для культурной адаптации личности к определённому обществу и его особенностям. С их помощью происходит диалектика взаимосвязи человека и культуры. Архетипы имеют объективное существование и являются средством передачи опыта предков, выступая, по словам Юнга, как «коллективное бессознательное». Индивид не в силах противостоять силе воздействия этого коллективного бессознательного, поэтому с помощью архетипов возможна манипуляция обществом.

Ключевые слова: общество; массовое сознание; культура; бессознательное; образ; реальность; архетип; миф; манипуляция; герой.

ЖАМААТТЫК АҢ-СЕЗИМСИЗДИК ЖӨНҮНДӨ – МИФТЕР ЖАНА АРХЕТИПТЕР

И.Е. Лукьященко, Н.И. Осмонова

Аннотация. Бул макалада архетип жана миф түшүнүктөрү, алардын коом жана маданият үчүн мааниси каралат. Маанилүү нормаларды, идеалдарды жана баалуулуктарды жарыялоо ар бир коом үчүн көйгөй болуп саналат жана коомдук аң-сезимге таасир этүү процесси чечүүчү мааниге ээ. Заманбап көп маданияттуу коом үчүн терең символдорду аныктоо жана коомду тигил же бул элдин тарыхы жана анын маданияты менен байланыштырган идеялардын жалпы системасын иштеп чыгуу абдан маанилүү. Маданият архетиптердин болушуна байланыштуу кыйла консервативдүү болуп саналат, алар алгач инсандын белгилүү бир коомго жана анын өзгөчөлүктөрүнө маданий адаптацияланышы үчүн зарыл. Алар адам менен маданияттын диалектикалык байланышын жеңилдетет. Архетиптер объективдүү жашоого ээ жана Юнгдун сөзү менен айтканда, “жамааттык аң-сезимсиздик” катары аракеттенип, ата-бабалардын тажрыйбасын берүү каражаты болуп саналат. Жеке адам бул жамааттык аң-сезимсиздиктин таасирине туруштук бере албайт, ошондуктан архетиптер коомду манипуляциялоо үчүн колдонулушу мүмкүн.

Түйүндүү сөздөр: коом; массалык аң-сезим; маданият; аң-сезимсиздик; образ; реалдуулук; архетип; миф; манипуляция; баатыр.

ON THE COLLECTIVE UNCONSCIOUS – MYTHS AND ARCHETYPES

I.E. Lukiashchenko, N.I. Osmonova

Abstract. The article examines the concepts of archetype and myth, their necessity for society and culture. The declaration of necessary norms, ideals and values is a task for any society and the process of influencing public consciousness. For a modern multicultural society, it is necessary to find deep symbols, to develop a common system of ideas connecting society with the history of this people and its culture. Culture is quite conservative due to the presence of archetypes in it, which are initially necessary for the cultural adaptation of the individual to a certain society and its features. With their help, dialectic of the relationship between man and culture occurs. Archetypes have an objective existence and are a means of transmitting the experience of ancestors, acting, according to Jung, as a “collective unconscious.” The individual is unable to resist the power of the influence of this collective unconscious; therefore, with the help of archetypes, the manipulation of society is possible.

Keywords: society; mass consciousness; culture; unconscious; image; reality; archetype; myth; manipulation; hero.

И в сказках часто больший смысл таится
Чем в истинах, которым учит жизнь.
Ф. Шиллер

В процессе воздействия на общественное сознание любое общество провозглашает систему определенных ценностей, идеалов и норм. Будучи носителями определенной культуры и мировоззрения, мы часто оказываемся не в состоянии понять и оценить как чужую культуру, так и свою собственную, объяснить, почему наша картина мира именно такая, а не иначе. Чтобы понять, как современное состояние общества связано с его историческим развитием и особенностями культуры, необходимо занять новые позиции для анализа, поменять прежнее видение мира, прекратить опираться в анализе только на работу нашего сознания и понятие общественного сознания [1, с. 80].

Отметим, что любая культура, пытаясь защитить свои границы, является достаточно консервативной, что во многом зависит от существования в ней именно «коллективного бессознательного» в виде определенных устойчивых образов – архетипов. Архетипы являются необходимой составляющей культурной адаптации личности к определённому обществу и его особенностям, процессу социализации и вхождения в данный социум. С их помощью происходит диалектика взаимосвязи человека и культуры, когда культура становится частью менталитета личности, а сама личность становится частью культуры [2, с. 40].

Архетипы включают в себя наиболее значимое и интересное для определенного народа и общества. Благодаря врожденным структурам нашего мозга они служат автоматическим средством передачи опыта предков от поколения к поколению, независимо от нас и наших пожеланий. Архетипы обусловливают общественное сознание, которое, однако, невозможно объяснить без понятия «коллективное бессознательное», и оно не сводимо к индивидуальному сознанию, или сумме сознаний [2, с. 53]. Человек не может противостоять воздействию коллективного бессознательного, ибо оно подобно «красной нити», которая проходит через каждого индивида, сплачивая общество едиными образами памяти, едиными ценностями. Отметим, что архетипы способны видоизменяться и выступать в том виде, который необходим обществу сегодня для выполнения конкретных задач [3, с. 93]. Архетипы существуют в любой культуре и имеют свои особенности, которые обусловлены самой историей народа. С течением времени происходят изменения как с обществом, так и с конкретной личностью: меняются поколения, изменяются люди, культура становится иной, но архетипы продолжают жить, существовать в памяти и влиять на общество в новой реальности, ибо обладают непреходящей значимостью. Будучи значимыми, архетипы получают знаковую форму существования: «суть феноменов культуры состоит в том, что они имеют значение для людей; а то, что имеет значение постепенно превращается в знак» [4, с. 29]. Соглашаясь с положением о том, что архетипы создают символическое пространство культуры, определяют национальную специфику и менталитет, мы должны отметить, что архетипы не так безобидны, ибо являются прекрасным средством для манипуляции общественным сознанием, особенно в наше время, учитывая силу СМИ и Интернета. Используя архетипические образы, можно значительно усилить воздействие на людей, определить их дальнейшее поведение, создать новые цели и ценности в интересах манипуляторов. Существуют различные методы воздействия на массовое сознание. Они могут быть очень изощренными и незаметными, например, прайминг, но в основе всегда лежит одна цель – прямая или завуалированная пропаганда необходимых в данный момент убеждений, идеалов и ценностей и, соответственно, вытекающих из них действий и форм поведения. Есть, конечно, такое средство, которое часто использовалось и используется для объединения общества – это «национальная идея», но общество может иметь многонациональный состав, и в таком случае идея либо не сработает, либо сработает частично. Вот тогда «на арену» выходят прошедшие многовековую проверку

временем архетипы – общие для всех, понятные глубинные образы и символы, которые выполняют как функцию объединения общества, так и функцию манипулирования им. Говоря о манипуляции, надо отметить, что тот объем информации, который существует сегодня, невозможно переработать или осмыслить критически. Это ежедневное навязывание СМИ и Интернетом определенных моделей поведения и имиджей, ценностей и вкусов, регулирование самого процесса мышления и образа жизни при помощи различных методов манипуляции, в том числе и с помощью архетипов. В зависимости от конкретной ситуации в истории могут быть использованы образы спасителя отечества или врага народа, доброй матери, мудреца, героя-страдальца, злодея, дьявола и многие другие. Они всем хорошо знакомы, легко визуализируются и находят отклик в душе, побуждают к определённой реакции на события и последующим действиям. Сегодня любой образ легко и быстро транслируется СМИ, поэтому нет людей, совершенно свободных от такого воздействия; мы все живем в мире коллективного бессознательного в виде архетипов и мифов. Собственно, сама массовая культура является воплощением архетипов, стереотипов и мифов. Зададим вопрос, почему архетипы играют столь важную роль в жизни общества, а также в процессе обретения человеком самоидентичности и даже смысла жизни? Отметим, что с помощью архетипических образов можно легко объяснить и интерпретировать определенные неоднозначные факты и события, ценности и действия. При этом используются такие образы, которые актуальны на данный момент и от которых зависит функционирование и развитие общества на данном этапе. Существующее сегодня массовое общество и массовая культура являются транслятором системы мифов и архетипов, именное ее мы впитываем ежедневно «огромными порциями». Конечно, можно отметить и плюсы такой трансляции, так как архетипы помогают человеку лучше понять свой народ, свою историю, свое место и роль в социуме. Массовое сознание, включающее в себя древние основания, память в виде архетипов, определяют индивидуальный опыт и индивидуальное сознание, обусловливают их специфику, похожесть или непохожесть. Как писал М.К. Мамардашвили: «По обыденной привычке мы, как правило, вписываем акты сознания в границы анатомического очертания человека. Но, возможно…сознание находится вне индивида как некое пространственное или полевое образование. И поэтому метафоры и символы древности (в том числе мифологические, религиозные) содержат в себе…больше информации о свойствах сознания, чем любая привязка наблюдаемого поведения к изменениям характеристик мозга» [5, с. 18].

Именно К.Г. Юнг в своей теории «коллективного бессознательного» назвал прообразы и древние символы архетипами. За время своего существования это понятие прошло долгий путь – от называния его ненаучным до оперирования им сегодня даже в обыденной жизни, использования в философии и психологии. Принято считать архетипы действительно существующими фундаментальными общечеловеческими основаниями, которые являются общекультурными образами, передаваемыми от поколения к поколению, позволяющими выстраивать поведение в соответствии с ними. Благодаря архетипам, человек лучше понимает историю своих предков, приобщается к ней, но при этом параллельно созидает собственную жизнь, проходит свой путь социализации и индивидуации [6]. Если «коллективное бессознательное» также реально, как окружающий нас объективный мир, то оно способно подчинять себе и даже руководить нашими эмоциями и нашими действиями. Люди высокомерно считают себя якобы свободными в ситуациях выбора своего поведения и деятельности, но в действительности живут в мире различных образов, которые предопределяют их жизнь. Отметим, что мы гораздо чаще теряем свое «Я» и становимся объектами манипуляций, чем нам кажется. При этом, чем более мощные древние корни имеет образ, тем более он может углубиться в бессознательном. Уводя человека вглубь веков, по пути предков, общество задействует архетипы, которые определяют его современное мироощущение и могут стать триггером определенных настроений, эмоций и поведения. Говоря о процессе манипуляции, необходимо отметить, что манипулятор должен

знать, какие архетипы в данной ситуации необходимо задействовать. Он должен отслеживать потребность человека в определённом типе информации, в определенном и актуальном на данный момент образе. Впоследствии данная потребность будет отражена и перенесена на реальную ситуацию в обществе. Данный процесс идет все более ускоренными темпами в связи с быстрым развитием систем обработки информации ИИ. В наши дни архетип обретает второе рождение, ибо есть целые отрасли, где он необходим: реклама, СМИ, политика, шоу-бизнес, маркетинг и другие. Учитывая огромные возможности процесса манипуляции с помощью архетипов, нужно констатировать, что человек стоит перед необходимостью его изучения, чтобы увидеть происходящее и суметь защитить себя. Несомненно, что у каждого человека своя картина мира, но при всей своей уникальности она имеет общие черты с картинами других людей за счет «коллективного бессознательного». Полная уникальность картины является иллюзией, так как другие люди могут иметь подобные архетипы. Эта похожесть используется как в процессе манипуляций личностью, так и для разработки необходимой стратегии развития общества. Можно определить, что времена социальной нестабильности, и сюда относится особенно наше время, порождают коллективную неустойчивость психики, когда человек не верит своему разуму и уже не пытается обращаться к нему за ответами. Чтобы получить желаемые ответы, гораздо легче обратиться к мифологии, к архетипическому сознанию. Перед нами уникальное надличностное явление, в котором сплетены в систему определённые образы, мотивы и ценности, чье влияние незаметно, и оно на бессознательном уровне руководит людьми. Архетипы работают в двух направлениях: с одной стороны, человек хотел бы от них частично освободиться, выйти из-под влияния, но с другой стороны, такая система образов может быть использована в целях развития фантазии и самого процесса творчества. Юнг пишет, что архетипы представляют собой «сгущенные в типы опыты ограниченного бытия» [7, с. 67]. Носителями такого опыта человечества во все века выступали, например, былины, эпосы, легенды, сказки и мифы, которые отражали самое важное и интересное для человека на определённом этапе его развития. Сказки и мифы гораздо сложнее, чем принято считать, так как в них представлен процесс развития как коллективного, так и индивидуального сознания. Юнг считал правомерным анализ сказочных персонажей и ситуаций для того, чтобы понять и осознать единство человечества, единые мысли и желания, свойственные для всех народов, независимо от расы или нации. Так, во всех культурах в былинах, сказках и мифах присутствует богатырь, смельчак, или Герой, который, согласно Юнгу, есть символ, определяющий стремление личности к саморазвитию. Он является важнейшим персонажем, неким идеалом целеустремлённости, саморазвития, творческих потенций, стремления личности к Самости. Иногда Герой обладает определенной хитростью, смекалкой, которая позволяет ему реализовать свои желания, креативно подходить к ситуации, уметь принимать правильное решение и в результате получить и «царство и красавицу». Архетип героя имеет специфические черты у каждого народа, иногда это может быть женщина (Пенелопа, Клеопатра, Василиса Прекрасная, Психея). Очень интересным исследованием, например, является книга психолога-постюнгианца Э. Нойманна об архетипах Матери, Жены и Любовницы в мифе «Амур и Психея» [8]. Это может быть персонаж реальных исторических событий (Цезарь, Македонский, Наполеон), легендарный воин (Ахиллес, Геракл, Тесей) или мудрый царь (Соломон). Очень интересным является в русских сказках образ Ивана-Дурака, ведь именно он в итоге оказывается самым хитрым, умным и удачливым. Любой образ отражает процесс поступательного движения человечества, те важные моменты развития, которые оно проходит, его эволюцию сознания. Встреча с архетипами происходит еще в детстве в сказках, которые читают ребёнку родители или читает он сам. Постепенно он преодолевает многочисленные трудности взросления, приобретает чувства самости и самоценности, узнаёт, что такое добро и зло, красота и безобразие. «Чтобы все это могло произойти, ребенку нужно понимать, что происходит в его сознательном «Я»; тем самым он получит возможность совладать с тем,

что происходит в бессознательном. Достижение этого понимания и, соответственно, обретение способности к совладанию происходит отнюдь не путем *рационального* усвоения того, какова природа его бессознательного и что оно в себе таит» [9, с. 5].

Бессознательное содержание претворяется в сознательное. Даже если это определенные фантазии, то именно сознательные фантазии. Сказки и мифы обеспечивают богатым материалом развитие воображения и творчества, которые сыграют немаловажную роль для человека в будущем. «Форма и композиция волшебных сказок подсказывают ребенку образы, с помощью которых он может структурировать свои фантазии и направить свою жизнь более верным путем» [9, с. 5].

Некоторые философы ставят знак равенства между Героем и настоящей личностью, с чем мы не согласны. Отметим, например, следующее мнение Н.О. Лосского, который писал, что словом «действительная личность» следует обозначать человека, который пришел к осознанию собственных ценностей, в том числе абсолютных, т. е. ценностей, имеющих положительное значение для всех. Сюда он относит такие понятия, как истина, нравственное добро, свобода, красота, Бог. Осознание их сопутствует желанию и долженствованию личности делать осуществление их в своей деятельности и процессе общения [10].

Архетип Героя является универсальным для человечества. Как отмечает Юнг, даже если Герой погибает, то его гибель не была напрасной, ибо «герой всегда побеждает зло в виде драконов, змей, демонов и освобождает свой народ от смерти и разрушения. Повествование возбуждает и охватывает аудиторию возвышенными эмоциями (словно магическими чарами) и возвышает индивида до идентификации с героем» [11, с. 73]. На наш взгляд, при восприятии сказки или мифа сам человек заряжается позитивными эмоциями, часто испытывает катарсис, и происходящая идентификация является целью данного процесса. Отметим, что в подобной ситуации происходит уход от привычной обыденности в иную реальность, частичное наделение самого себя такими героическими чертами, как красота, честь, достоинство, смелость, удача, ум, сила, непокорность и другие. Поэтому люди начинают ощущать себя хотя бы на время не просто «винтиками» системы, а верят, что их жизнь имеет определенную цель и ценность, что они тоже являются творцами своей судьбы и судеб человечества. Что касается процесса, происходящего в реальности в целях организации общества и его движения в нужном направлении, то необходимо найти человека, который бы соответствовал понятию Герой. Это может быть человек сложной судьбы, но стоически перенесший все испытания и предательства, обладающий высокой харизмой, притягивающий к себе людей, которые должны безоговорочно в него поверить. В действительности, этот человек может вовсе не иметь подобной судьбы и подобных характеристик, но их всегда можно придумать, создать, используя архетипические образы. Исследователь мифологии, американский ученый Д. Кэмпбелл верно отмечал, что существующий в данный исторический момент образ Героя и то, что общество называет и считает «героическим», всегда отражает самую суть – «фундаментальный характер нашего бытия» [12, с. 36]. Образ Героя достаточно сложен, это может быть и бунтарь, и крестьянин, и ремесленник, и воин, жертвующий собой ради народа, но одно неизменно – такой образ должен служить для улучшения и исправления своего «Я», показать, что идеальная личность и совершенство возможны. Отметим, что Герой – это всегда лучший представитель народа и отражение духа народа, и человек, приобщаясь к данному архетипу, должен испытывать чувство гордости. По сути, мы находим определенное сходство с понятием великой личности у Г.В. Гегеля, как инструмента проявления Мирового духа. Процесс мифологизации связан с обретением личности самой себя и стремлением к собственной целостности, или Самости, самому таинственному архетипу Юнга.

С теорией Юнга перекликается теория «коллективного бессознательного» Э. Кассирера, который назвал архаические структуры Юнга «мифологическим сознанием», а архетипы – мифами. Кассирер также говорит о связи между общественным сознанием и древними мифами

и отмечает, что «по сути все современные мифы и мифология вовсе не новы и ситуации, описанные в них, давно и всем известны» [13, с. 60]. Несмотря на свой древний характер, миф может прекрасно срабатывать в нужный момент в современной ситуации, влиять на события как личной жизни, так и общества, позволяет направлять и манипулировать происходящими процессами, ибо он реален. Так, известный философ А. Лосев писал: «В мифе нет ровно ничего случайного, ненужного, произвольного, выдуманного. Это подлинная и максимальная конкретная реальность» [14, с. 27]. Можно согласиться с его мнением, что в мифе мы находим отражение самого бытия общества, явленного в уникальной художественной форме, что придает ему привлекательный характер. В мифе, как зеркале, отражена вся жизнь человечества с ее заботами, надеждами и разочарованиями, любовью и ненавистью [14, с. 29]. Поэтому мифология может быть использована средствами массовой информации для того, чтобы вызвать правильный ответ, определённое поведение у аудитории. Создание образа «Героя» сможет служить примером или даже идеалом, стать средством для социальной организации и единства действий. Многие романы, кинофильмы, разнообразные шоу используются как средство пробудить сильный эмоциональный ответ (особенно при массовом восприятии), обозначить героев как сторонников добра или зла, любви или ненависти, созидателей и разрушителей. Аудитория с лёгкостью подчиняется воздействию, когда фактически человек погружается в своеобразный транс, уходит от реальности, отключает на время свою логику и разум, что приводит к полному смешению информации и эмоций, истинного и иллюзорного, реального и придуманного. В существующую матрицу в голове, в систему уже существующих шаблонов и стереотипов закладываются архетипические образы и новые факты, что будет выступать фундаментом для формирования определённого мифа и предопределять необходимую модель поведения, которая была задана архетипами уже изначально. Архетипы могут быть транслируемы через совокупность популярных образов, определенную моду и систему имиджей, что с легкостью преодолевает критический барьер сознания. Реклама, мода, постоянная трансляция жизни медийных личностей, известных политиков внедряют в сознание и жизнь человека необходимый манипулятору смысл «послания». Чтобы интерпретировать накатывающий ежедневно вал информации и перевести хотя бы часть ее в знание, человеку не надо много времени и сил, ибо он уже наделен как картинкой в голове – системой стереотипов, так и совокупностью архетипических образов. Отметим, что, чем более неявен и скрыт архетип, тем сильнее он сработает и повлияет на человека, так как вызовет иллюзию самостоятельности своего сознания и самостоятельно принятых решений [7]. Сам Юнг говорил, что существует огромное количество архетипов, хотя останавливался подробно на некоторых из них, ибо они составляют фундамент внутреннего мира личности и хорошо нам известны: Мать, Шут, Герой, Мудрец, Анима, Анимус, Тень, Эго, Персона, Самость и другие. Образов существует великое множество, и мы не всегда можем прочувствовать или отрефлексировать их, а значит осознать то огромное воздействие, которое осуществляется с их помощью.

Поступила: 06.04.2026;
рецензирована: 20.04.2026; принята: 22.04.2026.

Литература

1. *Гумбольдт В.* Избранные работы по языкознанию / В. Гумбольдт. М.: Прогресс, 1984.
2. *Степанов Ю.С.* Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю.С. Степанов. М.: Школа «Языки русской культуры», 1997.
3. *Леонтьев А.А.* Бессознательное и архетипы как основа интертекстуальности / А.А. Леонтьев // Текст. Структура и семантика. Т. 1. М., 2001.
4. *Брудный А.А.* Наука понимать / А.А. Брудный. Бишкек, 1996.
5. *Мамардашвили М.К.* Символ и сознание / М.К. Мамардашвили. М.: «Азбука – Аттикус», 2011.
6. *Юнг К.Г.* Психология бессознательного / К.Г. Юнг // Собрание сочинений. М.: Канон, 2019.
7. *Юнг К.Г.* Душа и миф: шесть архетипов / К.Г. Юнг; пер. с англ. М., 1997.

8. *Нойманн Э.* Амур и Психея: трансформация женственности в толковании мифа / Эрих Нойманн; пер. с нем. М. Виноградовой. М.: Миф, 2024. 222с.
9. *Беттельхейм Б.* О пользе волшебства. Смысл и значение волшебных сказок / Бруно Беттельхейм. М.: Миф, 2024.
10. *Лосский Н.О.* Бог и мировое зло: сборник / Н.О. Лосский. М.: Республика, 1994.
11. *Юнг К.Г.* Архетип и символ / К.Г. Юнг; сост. и вступ. ст. А.М. Руткевича. М.: Ренессанс, 1991.
12. *Кэмпбелл Дж.* Тысячеликий герой / Дж. Кэмпбел. СПб.: Питер, 2016.
13. *Кассирер Э.* Техника современных политических мифов / Э. Кассирер // Вестник МГУ. Сер. 7: Философия. 1990.
14. *Лосев А.Ф.* Диалектика мифа / А.Ф. Лосев. М.: Политиздат, 1991.