

#ЭКОПОКЕТ

Евгений Спирица

АРХЕТИПЫ

КАК ПОНЯТЬ СЕБЯ
И ОКРУЖАЮЩИХ



THE
BEST



ББК 88.5
УДК 316.6
С72

Евгений Спирица

С72 Архетипы. Как понять себя и окружающих. — СПб.: Питер, 2021. — 192 с.: ил. — (Серия «Бизнес-психология (твердый переплет)»).

ISBN 978-5-4461-1477-1

Задумывались ли вы над тем, как знания о бессознательном и о коллективном бессознательном могут быть полезны каждому из нас? А что, если великое бессознательное может быть применено в различных контекстах в бизнесе, в отношениях, в терапии и во многих других ситуациях?

Евгений Спирица — известный эксперт-профайлер, верификатор, переговорщик — посвятил свою новую книгу изучению концепции архетипов по теории Карла Густава Юнга. Цель этой книги – доступно донести идею структуры личности для того, чтобы ее можно было применять в современной жизни в различных жизненных реалиях, при общении с окружающими: коллегами, друзьями, родственниками, своими детьми. Ведь используя те или иные терапевтические и коммуникативные модели, можно научиться понимать, с какой частью личности вы общаетесь в конкретный момент, и получить возможность правильно и точно доносить до этой личности свою мысль.

В основу издания положен принцип научного иллюминизма, требующий не принимать ничего на веру без предварительной проверки. Следуя этому принципу, пройдите все техники и упражнения самостоятельно и наблюдайте за результатами. Возможно, ваша жизнь или отношение к ней изменятся. И обязательно в лучшую сторону!

16+ (В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ.)

ББК 88.5
УДК 316.6

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-5-4461-1477-1

© ООО Издательство «Питер», 2021
© Серия «Бизнес-психология», 2021
© Евгений Спирица, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	6
Часть 1. Что такое архетип?	11
Глава 1. Введение в Архетипы. Что это такое и зачем они нам нужны?	12
Глава 2. Карл Густав Юнг. Структура психики и архетипы	28
Глава 3. Бессознательное. Как оно принимает решение за нас	36
Глава 4. Архетип Тени	47
Глава 5. Архетип «Анима-Анимус»	56
Глава 6. Перекос или застревание в архетипе: и чем это грозит?	69
Глава 7. «Путь героя». Универсальные архетипы на нашем жизненном пути	72
Часть 2. Характеристика основных мужских архетипов	93
Глава 8. Архетип Юноши	94
Глава 9. Архетип Бродяги	100
Глава 10. Архетип Трикстера	105
Глава 11. Архетип Черного Мага	116
Глава 12. Архетип Героя	122
Глава 13. Архетип Злодея	128

Оглавление

Глава 14. Архетип Отца	133
Глава 15. Архетип Великана-Людоода	140
Часть 3. Характеристика основных женских архетипов . . .	147
Глава 16. Архетип Принцессы	148
Глава 17. Архетип Соблазнительницы	155
Глава 18. Архетип Жрицы	160
Глава 19. Архетип Ведьмы	165
Глава 20. Архетип Амазонки	170
Глава 21. Архетип Охотницы	174
Глава 22. Архетип Матери	178
Глава 23. Архетип Грозной Матери	182
Вместо заключения	187

ОТ ИЗДАТЕЛЬСТВА

Ваши замечания, предложения, вопросы отправляйте по адресу economic@piter.com (издательство «Питер», редакция деловой литературы).

Мы будем рады узнать ваше мнение!

На веб-сайте издательства www.piter.com вы найдете подробную информацию о наших книгах.



*«Архетипы — вечные образцы, по которым из бесформенной
и текучей материи организуется все множество
реальных вещей».*

Платон. IV в. до н.э.

*Благодарю
великого Карла Густава Юнга,
без которого однозначно не было бы этой книги.*

*Благодарю
Андрея Овсянникова и мою жену Ольгу.*

ПРЕДИСЛОВИЕ



Данная книга посвящена архетипам, и родилась она не просто так. На нее меня натолкнул тот хаос и концептуальное мифотворчество многих психологов, которые заявляют, что они читали Карла Густава Юнга, все понимают в архетипах, однако что это такое и что с ними делать, сказать не могут. Вокруг Юнга возникает научное мифотворчество и процветает паразитирование на его идеях.

Видимо, вульгаризация — это неизбежная участь всего того, что становится достоянием масс.

Потому, отдавая должное гению этого уникального человека, я пытаюсь высказать свое видение идеи архетипов, не претендуя на полноту описания опыта. Несомненно, Карл Густав Юнг был не только *просвещенным*, но и *посвященным* человеком. Неслучайно его работы тесно связаны с изначальной исторической традицией, поэтому мы встречаем в них большое число обращений к символам и оккультным

практикам и ссылки на мифы как источник человеческого опыта. Мы встречаем в его трудах, посвященных античности, таких великих, как Платон, Аристотель а также других гениев духовной сакрально-эзотерической традиции.

Основная заслуга Карла Густава Юнга в том, что ему удалось объединить науку и религию в едином локусе глубинной аналитической психологии и тем самым сделать его концепцию недостижимой по результативности и практике для всего остального психологического мира. Можно предположить, что именно по этой причине от него отрекся Зигмунд Фрейд, вымарав открытия Юнга из прошлых работ и предав анафеме тех, кто с ним общался. Хотя Юнг никогда не критиковал Фрейда и говорил, что его картина мира не полна...

Юнг не просто велик — он грандиозен. И, как следствие, часто непонятен для тех, кто не знаком с великой духовно-просвятительной традицией. И потому понимать идеи Юнга, идею первоначальных символов не так-то просто. Именно отсюда возникает критика Юнга, основанная, например, на неприятии взглядов на идею архетипа Самости, или примитивное трактование ученого, который не отвергал связь науки и религии, а, наоборот, искал связь между этими огромными пластами знания, которую и нашел, что выразилось в глубоком понимании человеческой психики. Неудивительно, что современные «ученые», без зазрения совести копируя результаты трудов Юнга, приписывая его лавры себе, не способны понять всю его глубину. Как следствие, появляются такие псевдонаучные монстры, как соционика, к реальной науке не имеющие никакого отношения.

Когда-то мне повезло. Я прикоснулся к этой удивительной духовно-просветительской традиции. Да, эта традиция передается от сердца к сердцу, от человека к человеку. Ее сложно передать логически, ибо только тонко настроенная душа человека способна воспринять благу ю в ьсть. Но именно преломление этой традиции в каждом человеке позволяет ей развиваться и, главное, трансформироваться, исходя из уровня развития сознания неопфита. Я решил на сложный путь и хочу, чтобы идея архетипов стала доступной каждому.

К сожалению, моя душа оказалась не настолько тонкой и чувствительной для познания божественной истины. Осознав это, ваш покорный слуга взял на себя миссию «вульгарного трактования традиции». Иначе говоря, я задумался, чем знания о бессознательном и о коллективном бессознательном могут быть полезны каждому из нас. А что, если Великое Бессознательное может быть полезно в различных сферах: в бизнесе, в отношениях, в терапии и во многих других?

Я задумался: как сделать так, чтобы любой человек мог использовать модели Карла Густава Юнга каждый день?

Мой опыт изучения Карла Густава Юнга является достаточно скромным. Исследованию его работ и его жизненного пути я посвятил лишь 8 лет. Этим опытом я хотел бы поделиться с вами. Согласен, что существуют другие взгляды на концепции Карла Густава Юнга, в том числе на концепцию архетипов. В Калифорнии существует даже Центр научного изучения архетипов. Об их деятельности мы тоже поговорим на страницах этой книги.

В основу данной книги положен принцип научного иллюминизма. Концепция Карла Густава Юнга требует не принимать что-либо на веру без предварительной проверки опыта, и потому это — не просто книга, а книга-самоучитель.

Не принимайте ничего на веру, пройдите все техники и упражнения и посмотрите на результат. Может быть, ваша жизнь или отношение к ней изменятся. И обязательно — в лучшую сторону.

Итак, в путь, друзья!

Ваш Е. С.

ЧАСТЬ 1

ЧТО ТАКОЕ АРХЕТИП?



ГЛАВА 1

Введение в Архетипы. Что это такое и зачем они нам нужны?

Ну вот, скажет уважаемый читатель. Снова нечто невразумительное под маской психологии.

Какие архетипы? Зачем они нужны? У нас и так все хорошо!

А если я скажу, уважаемый читатель, что все может быть намного лучше? Если мы воспользуемся глубинными знаниями и сможем с помощью них влиять не только на ум одного человека, но и каким-либо образом оказывать воздействие на группы и даже массы людей?

Из этой главы вы узнаете:

- **Что такое архетипы.**
- **Историю происхождения архетипа.**
- **Как архетип проявляется в жизни.**
- **Как использовать архетипическую модель в жизни.**

ВОЗНИКНОВЕНИЕ ПОНЯТИЯ «АРХЕТИП»

Когда мы говорим об архетипах, первое, что приходит на ум, — это Карл Густав Юнг. Именно Юнг был первым

человеком, который ввел в психологию понятие архетипа. А до него этим понятием успешно оперировали греческие философы.

Откуда же появилось понятие «архетип»?

Термин *архетип* (от древнегреческого *ἀρχέτυπον*) — «первообраз, оригинал, подлинник, образец»¹.

В данном определении необходимо обратить внимание на слово «первообраз». Это то, что впоследствии Карл Густав Юнг назовет «изначальными образами». То, откуда все началось. Именно в этих «изначальных образах» мы увидим сплав культурного, философского и, в нашем случае, психического или психологического Начала.

ЭВОЛЮЦИЯ АРХЕТИПА

При всей сакральности архетипа в нем нет ничего таинственного. Я являюсь приверженцем эволюционной теории (при всем уважении к креационистам и конструктивистам), опираюсь на эволюционную теорию эмоций Роберта Плутчика и, как следствие, на исследования эмоций Пола Экмана. И это не кажется парадоксальным, ибо с моей точки зрения и Плутчик, и Экман, и другие уважаемые ученые всего лишь дополняют труды Юнга своими открытиями и совершенно не противоречат глубинной юнгианской психологии. И каждое открытие — это подтверждение глубинной правоты Юнга. Поэтому для меня понятно происхождение феномена архетипа и его значение для психологии.

¹ Архетип // Малый энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 4 т. — СПб.: Брокгауз — Ефрон, 1907. Т. 1, вып. 1. 1055 с..

Давайте разбираться.

Только что появившийся на свет ребенок начинает познавать мир через свое тело, через координаты психологического пространства. Далее познание осуществляется через контакт с мамой и через эмоциональный контакт с другими людьми. Позже малыш начинает общаться со взрослыми, со своими сверстниками, собаками, кошками и всем, что его окружает. Благодаря этим социальным контактам знания о коммуникации паттернизируются, становятся неким шаблоном — сначала в индивидуальном бессознательном, а впоследствии происходит паттернизация коммуникативного опыта на уровне социума.

После 35–45 лет личный опыт, коллективные паттерны и знания объединяются, укрепляются, цементируются. Далее они передаются из поколения в поколение, и таким образом возникает Традиция. Традиций существует немало. Предположим, что существует общая психологическая изначальная Традиция. В этом свете психология, которая задумывалась как наука о душе, приобретает иное звучание, в отличие от современной трактовки психологии как идеи технологического взаимодействия между клиентом и психологом (психотерапевтом).

ВСПОМНИТЬ ВСЕ!

Откуда же берутся наши знания? Ведь мы не рождаемся с огромным багажом знаний, навыков и опыта.

Здесь хочется сказать о таком понятии, как «забывание». Под «забыванием» мы понимаем то, что многое из прошлого опыта забывается или игнорируется. Мы говорим

на русском языке, а откуда он взялся — забываем. У нас есть культурно-исторические особенности, а откуда они взялись — мы забыли. Мы ведем себя так, потому что у нас есть такая особенность — забывать. Забывать большой пласт знаний, который кажется ненужным. Однако этот пласт незримо присутствует в нашем мире постоянно. Мы не задаемся вопросами о том, как мы понимаем, кто мы — русские, белорусы или молдаване. Не задаемся вопросом, почему мы легко говорим на том или ином языке.

И тогда мы начинаем «забывать» про такие понятия, как:

- **Протокультура** — изначальная культура, которая связывала материальный и духовный мир. У человека всегда, на протяжении традиции, существовала идея обожествления или одухотворения многих стереотипов поведения. Из протокультуры появляется национальная, религиозная культура и, как следствие, мировая, человеческая.
- **Працивилизация** — связь материально-физических аспектов. То есть связь материально-технического мира и научной цивилизации. Идея связи материального и исторического формата, которая порождает во многом человеческую эволюцию, в том числе технический прогресс.
- **Изначальная традиция** — духовно-посвятительный план эволюции, то, что мы называем душой. Позже именно из этого знания появляется наука психология. Иначе говоря, наука о душе. Кстати, о психологических техниках и психотехнологиях тогда никто не помышлял.

Итак,

- **протокультура;**
- **протоцивилизация;**
- **изначальная традиция.**

Это триада, на которую опирается вся человеческая цивилизация. Триада, которая бессознательно «забывается» человечеством в обычной жизни, но остается жить в мифологии, сказках, танцах и ритуалах народов мира.

Может быть, пора «вспомнить все»?

Когда мы слушаем музыку, смотрим фильмы, воспринимаем визуальные объекты, особенно предметы народного искусства или сакральные символы, то мы бессознательно эмоционально реагируем на них. Эти эмоциональные реакции управляют нашим бессознательным выбором. Исходя из этого, мы можем предположить, что данный бессознательный выбор каким-либо образом закодирован в опыте познания мира.

Духовно-посвятительная традиция так или иначе связана с одной очень важной задачей — выживанием человечества. Любая культура любого народа скреплена духовно-посвятительной традицией. Можно даже не задавать вопрос о том, каким образом передается история рода, племени, нации, государства и, как следствие, человечества. Это идея выживания определенных национально-исторических эпох и даже народов, когда в культуре закрепляется определенный исторический миф, позволяющий нации объединиться и возродиться вокруг национальной идеи.

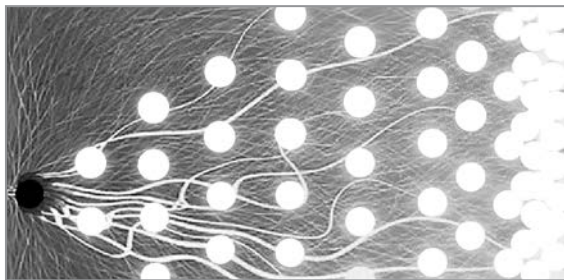
Если бы не было идеи обожествления или одухотворения многих стереотипов поведения, то не было бы идеи духовного (психологического) выживания любой человеческой культуры. Именно медитативные и религиозные практики особым образом формировали человеческие воззрения. Именно через медитативные или религиозно-мистические практики передавалась изначальная и, в том числе, психологическая традиция.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ АРХЕТИПА



Архетипы — универсальные конструкторы человеческой психики, которые представляют собой генетически наследуемую структуру накопленного человечеством опыта, выражающуюся в форме предрасположенности к определенному типу восприятия, переживания, действия и понимания.

Интересен тот факт, что в каждом этносе и в каждой культурной традиции присутствуют обряды посвящения и инициации. Когда мальчик или девочка достигает определенного возраста, для того чтобы считаться взрослыми, они должны пройти некий обряд. Такие обряды не только различаются в зависимости от традиции, но также изменяются со временем внутри одной традиции. Эти изменения зависят от контекста и ситуации. К примеру, если какое-либо поколение сталкивалось с такими переживаниями, как голод или война, то его представители выросли очень быстро. По сравнению с ними их сверстники из поколения, которое миновали подобные испытания, могли показаться просто инфантильными.



Как только субъект сознания попадает в ячейку этой универсальной матрицы, вся она заполняется усвоенным опытом человека, объединяя осознанное с имеющимся опытом и наделяя единичный факт глубоким всечеловеческим смыслом.

МИФЫ КАК ОСНОВНОЙ ЯЗЫК АРХЕТИПОВ

Знания, которые до наших дней накопила цивилизация, передавались из поколения в поколение через мифотворчество. С помощью мифов можно было передавать гораздо больше человеческого опыта, нежели с помощью обычных логических инструментов познания. Это происходило потому, что выразить эмоциональный и даже технологический опыт поколений в нескольких словах не представлялось возможным: не был сформирован язык его описания.

Мифы — это модели, квинтэссенция и концентрация всего человеческого опыта.

Поэтому мифотворчество так или иначе тесно связано с психологией до сих пор. Игротерапия, музыкальная терапия, арт-терапия и многие другие виды психологической помощи связаны с идеей передачи традиций через образы, которые сразу «заходят» в бессознательное, — ведь передать миллионы единиц опыта с помощью логики невозможно.

но. Логика позволяет воспринять одновременно только 7+/-2 единицы информации. Именно поэтому существует идея терапевтической метафоры, которая воздействует на глубинную, бессознательную структуру человека и до сих пор является одним из самых эффективных средств психотерапии.

Мифотворчество семьи, рода, государства будет, так или иначе, находиться в ноуменальном¹ мире, в мире идей. Это могут быть особенности культуры, сакральная символика, живопись, музыка, танцы. Они позволяют создавать ту среду, в которой развиваются этносы. Так появляются сказки, свойственные всем народам мира, и образы, тесно связанные с передачей национальной, религиозной и эмоциональной традиции, которая позволяет обеспечить выживание нации и культуры в целом.

Говоря о развитии традиции, нужно отметить: мифологические знания, сказания, предания, танцы являлись основой передачи эмоционального и коммуникативного опыта. Мы никуда не уходим от эмоционально-поведенческого профайлинга², потому что именно мифы, музыка, образы вызвали резонанс, порождая те или иные эмоции. Разные народы мира испытывают разные базовые эмоции, и это, как правило, связано с доступом к ресурсам. Если ресурсов много и их хватает на всех, тогда главной

¹ Недоступный для чувственного восприятия. — *Примеч. ред.*

² Совокупность психологических методов и методик оценки и прогнозирования поведения человека на основе анализа наиболее информативных частных признаков, характеристик внешности, невербального и вербального поведения. — *Примеч. ред.*

оказывается эмоция радости; если же есть необходимость бороться за ресурсы, то появляется эмоция гнева — и она будет преобладать.

Логика развития событий такова, что поведение человека в определенном контексте, его осознание бытия и, как следствие, его мифотворчество постепенно складываются в архетип. Миф, музыка и, шире, — мусические искусства¹ начинают создавать архетипическую модель поведения человека. Что это значит? — Формируется изначальная традиция, в которой объединяются только предназначенные для выживания, эволюционные инструменты поведения человека, позволяющие данному этносу или данной культуре выжить. По сути, все мифы, этнокультурные предания, свойственные тому или иному народу, универсальны. Безусловно, герои в сказках могут быть разными, в зависимости от того, на каком уровне находится культурно-историческая традиция, — однако в целом «путь героя» всегда одинаков.

¹ Греческие эстетики называли мусическими следующие искусства: пение, игру на музыкальных инструментах, пляску и поэзию. Эти виды искусства отделялись от ремесленно-художественной деятельности, включавшей изобразительные искусства и архитектуру. — *Примеч. ред.*

АНАЛОГИЯ, ПОДОБИЕ И, КАК СЛЕДСТВИЕ, УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ

*«Человечество придумало всего лишь две или три истории,
которые настойчиво повторяются, каждый раз звуча
как будто бы впервые».*

© У. Кэсер. О, пионеры!

Первая идея архетипа — это идея *аналогии*. Вторая — идея *подобия*. Отсюда возникает заимствование в религиозно-мистических культурах. Практически все религиозные учения связаны с богочеловеком, которому так или иначе открылась благая весть, и он должен был донести ее до всего человечества. Такими мессиями были Христос, Магомет, Будда. Именно в соответствии с идеей подобия и заимствования формировались ведущие мировые религии. Однако если взглянуть на первообраз той или иной религиозной традиции, мы неминуемо увидим реализацию, в той или иной форме, *универсальной* идеи восхождения человека к божественному разуму, эволюции начала человеческого — в духовное. Отсюда — *универсальная* идея отождествления с богом, которая присутствует в любом религиозном учении.

Идея *аналогии* связана с сакрально-мистическим мифотворчеством. По аналогии создавались традиционные мифы и герои, которые иногда и имена носили *аналогичные* по звучанию. Имя римского Геракла не очень сильно отличается от греческого Геркулеса, да и подвиги их имеют много общего.

Все духовно-посвятительные, религиозные, философские традиции тесно связаны с дуальной природой человечества, содержащейся в таких символах, как крест, борьба Добра и Зла, инь-ян...

ЧТО ТАКОЕ МИФЫ И ЗАЧЕМ ОНИ НУЖНЫ

1. Мифы всегда обеспечивали общество набором ролевых моделей, адекватных для времени их бытования.
2. Любой образ мифа подтвержден опытом десятилетий, веков или даже тысячелетий, в течение которых люди следовали по обозначенному им пути, формируя таким образом устойчивые ролевые модели.
3. Герои мифов играют роль моделей, показывают нам образцы жизненных сценариев.

Функция мифа в том, чтобы предоставить знаковую среду, которая поможет вам определить свои координаты. Это что-то вроде мандалы или священного круга. Символы располагаются по кругу, в центре которого находитесь вы.

Мифологический порядок есть система образов, дающая разуму ощущение смысла жизни, — которая на самом деле смысла не имеет: она просто есть. Разум все время ищет смысл; он не может вступить в игру, пока не узнает (или не придумает) ее правила.

Мифологии предоставляют нам широкий выбор игр: например, как заставить себя поверить, что вы делаете то-то и то-то. Участвуя в такой игре, вы добиваетесь ощущения наполненности бытия, осмысленности жизни.

Люди живут, играя в игры, и вы разрушите их игру, если спросите: «Ну и какой во всем этом смысл?»

Мифы — это не абстрактные теории и простое отражение причудливых верований древних людей, а функциональные модели, позволяющие нам разобраться в самих себе.

«Уяснив для себя логику путешествия героя, вы станете гораздо лучше ориентироваться в действительности и порой знать, что ждет вас за поворотом».

© Кристофер Воглер

В мифах, ритуалах, текстах, питании, речи закодирован огромный культурно-исторический и, как ни парадоксально, психологический смысл бытия человека. Когда мы говорим об архетипе, мы всегда имеем в виду универсальную бессознательную кодировку, которая лежит в культурно-историческом пласте знаний человека. Этот культурно-психологический пласт передается через мифы и символы, вызывающие универсальные эмоциональные паттерны реагирования, которые впоследствии цементируются бессознательной культурой, национальным языком, сказаниями, музыкой, танцами. И если посмотреть даже поверхностным взглядом на разные культурные традиции, мы увидим, что они схожи своими универсальными принципами и разнятся в человеческой интерпретации.

Основой передачи традиции является именно архетип.

Вот что представляет собой архетип с моей точки зрения:

- Архетип — единая бессознательная структура, человеком (зачастую) не осознаваемая.

- Архетип всегда является двойственной структурой, несмотря на его единство. В нем находятся: сознательное и бессознательное, мужское и женское, социальная и теневая сторона и т. д.
- Архетип — неосознаваемая структура. В НЛП есть такая пресуппозиция: «Карта не равна территории». С точки зрения архетипа, когда мы говорим, что карта не равна территории, мы говорим о том, что мы не можем познать весь мир того или иного человека. Мы можем только предполагать. Наши вероятностные прогнозы могут достигать 75–85 %.
- Архетип — это контекстуально-территориальная структура. Эмоциональное реагирование зависит от местоположения, климата, времени года, особенностей питания, наличия ресурсов. Доминиканец, например, будет всегда отличаться от финна.
- Архетип влияет на произвольное и непроизвольное поведение. Бессознательное является приоритетным по отношению к произвольному и непроизвольному поведению.
- Архетип может выражаться в виде эмоционального образа. Например, в таком понятии, как эволюция/инволюция, борьба добра со злом проявляется в героическом эпосе. Любое мифотворчество или героический эпос вызывает эмоциональный отклик в душах людей. Отсюда возможно использование архетипа как средства донесения информации до масс. Как следствие, появляется возможность использования архетипичных образов (посланий) в политике, рекламе, маркетинге.

ЗАЧЕМ ЭТО НАМ?

Если идея познания непознаваемого изначально ошибочна, то зачем мы это делаем? Мы делаем это для того, чтобы облегчить наш путь познания непознаваемого, поставить хотя бы какие-то знаки на этом пути; для того, чтобы мы могли достигать своих целей и результатов. В силу опыта мы начинаем переходить к таким путям, как «припоминание прошлого» и «узнавание прошлого». Познание непознаваемого через припоминание и узнавание лежит в основе модели архетипов. Иначе говоря, мы не можем знать весь наш прошлый опыт, который измеряется сотнями тысяч лет существования человечества. Но, используя такие инструменты, как символы, предания, и обращая внимание на определенные категории и критерии, мы можем приблизиться к познанию человеческой личности и человеческого начала и, как следствие, влиять на человека. И чем в большей степени этот человек не осознает опыт, тем более точным может быть наше воздействие.

ПРИМЕРЫ

Архетипы и их использование в построении имиджа

Давайте представим, что у нас стоит задача донести до группы людей некий свой статус. Уровень ресурсов, например временных, сильно ограничен — у вас в запасе 20 минут. Мероприятие носит официальный характер и проходит на высоком уровне. Стоит задача донести до аудитории свой экспертный статус, и это можно сделать через архетипичную модель Правителя, который задает правила игры в данном контексте. Правильно подобранный

имидж и психогеометрия пространства позволяют сделать это достаточно точно. Если подойти к делу правильно, можно произвести более внушительное впечатление, чем настоящий министр.

Архетипы и их использование в кадровом менеджменте

Если мы возьмем контекст кадров и командообразования, то тут тоже все достаточно понятно. Кого мы ставим на должность начальника склада? Конечно, туда нужен человек в архетипе Хозяина, но никак не Принца или Трикстера. Сомневаюсь, что Павел Воля или Гарик Бульдог Харламов там будут уместны.



Простое упражнение: кого возьмем начальником склада?

Архетипы и их использование в брендинге

Брендинг и реклама сегодня не могут быть представлены без работы с архетипичными образами. Именно через коллективное бессознательное доносится информация до потребителя. Каждый товар на полке магазина, так или иначе, работает с бессознательным покупателя, минуя его логику, заставляя его делать выбор вопреки его воле.

Такие страшные слова, как позиционирование, перепозиционирование, брендинг являются основами стратегического маркетинга и ключевыми инструментами маркетолога.

Мы часто не замечаем и не осознаем того, как работают эти инструменты влияния или, как скажут некоторые, инструменты манипулирования. И именно для того, чтобы выяснить это, мы начинаем изучать коллективное бессознательное.

В следующих главах мы детально рассмотрим каждый из этих инструментов.

Эволюционный скачок бренда на качественно новый уровень

1 сентября в «tele2 Россия» начинается переход на новый фирменный стиль. Коллекция растет и развивается очень быстро. Старого стиля уже недостаточно, чтобы рассказать о наших достижениях и преимуществах. Нам нужен новый «источник», который позволит повысить узнаваемость и привлекательность бренда, улучшить воспринимаемое качество наших услуг и привлечь новых абонентов.

Вчера

- Он считался для людей «крутым» человеком
- Он сообщал об историческом, семейном успехе и не признавал тех, кто не достигал успеха
- Он надругался над потребителями, предоставляя им некачественные услуги любой ценой
- Он сообщал «Крутой не платит дорого»
- Он вел себя аффективно, как филантроп
- Он вел себя, как человек, который знает, что такое «крутой» человек, и поэтому он знает, что такое «крутой» человек
- Он вел себя, как человек, который знает, что такое «крутой» человек, и поэтому он знает, что такое «крутой» человек

Сегодня

- Он говорит о том, что он знает, что такое «крутой» человек, и поэтому он знает, что такое «крутой» человек
- Он сообщал об историческом, семейном успехе и не признавал тех, кто не достигал успеха
- Он вел себя, как человек, который знает, что такое «крутой» человек, и поэтому он знает, что такое «крутой» человек
- Он вел себя, как человек, который знает, что такое «крутой» человек, и поэтому он знает, что такое «крутой» человек

крутые не платят дорого

Доступное общение — наша тема

tele2.ru tele2

Конец ознакомительного фрагмента.

Книгу в бумажном или электронном варианте вы можете купить на сайте издательства "Питер", на OZON, WB или в книжных магазинах.