

Виктор Волин

главное про



АРХЕТИПЫ

 **БОМБОРА**
ИЗДАТЕЛЬСТВО
Москва

УДК 159.9
ББК 88.3
В67

Волин, Виктор.

В67 Главное про архетипы / Виктор Волин. — Москва : Эксмо, 2026. — 224 с. — (ГЛАВНОЕ ПРО).

ISBN 978-5-04-239828-5

Вы наверняка слышали слово «архетипы» в разговорах о психологии, маркетинге или самопознании. Но что на самом деле оно означает? Абстрактную теорию или реальный инструмент для творчества, ведения блога, рекламы, дизайна, управления людьми и понимания самого себя?

УДК 159.9
ББК 88.3

© Волин В., текст, 2026
© Фоменко А., обложка, 2026
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2026

ISBN 978-5-04-239828-5

Оглавление

Введение	7
Глава 1. Архетипы: как объяснить то, что невозможно объяснить	14
Глава 2. Кто такой Юнг и как он придумал архетипы.	23
Глава 3. Структура личности по Юнгу	34
Глава 4. Главные архетипы Юнга.	45
Глава 5. Другие важные архетипы.	105
Глава 6. 12 архетипов личности по Кэрол Пирсон	140
Глава 7. Архетипы и путь Героя.	175
Глава 8. Зачем нам нужны архетипы в историях	197
Заключение	214

Введение

На сегодняшний
день только ленивый
не слышал об архетипах.
Маг, Правитель,
Любовник, Герой —
эти названия мелькают
в блогах маркетологов,
на курсах для писателей,
лекциях по кино
и в раскладах таро.

На консультациях часто слышу от клиентов: «Я – чистый Герой» или «Мой архетип – Бунтарь». Это звучит забавно, как психологический гороскоп, который помогает лучше почувствовать себя или объяснить поведение других.

Но вот в чем дело: то, что нам рассказывают об архетипах в соцсетях и популярных книгах, – лишь внешняя оболочка, практически карикатура на настоящее знание. За этими громкими названиями скрывается нечто гораздо более серьезное и глубокое.

Сам Юнг, который придумал слово «архетип», никогда не писал про «12 типов личности» и не предлагал тесты вроде «Кто ты – Шут или Любовник». Для него архетип был

не образом и не ролью, а внутренней формой психики, своего рода «заготовкой», заложенной в человеке с рождения — как инстинкты или рефлексы.

Чтобы объяснить студентам, что такое архетип в понимании Юнга, я использую простую метафору. Представьте прозрачную форму для литья — например, для фигурок из воска. Именно эта форма определяет, какой будет фигурка. В разные эпохи, культуры и в разные моменты жизни в эту «форму» заливается разное содержание: архетип Матери может стать Девой Марией или Матушкой-Сырой Землей. А может явиться во сне в виде мамы.

То есть снаружи могут быть абсолютно разные образы, а внутри — одна и та же глубинная структура, одна и та же форма.

Юнг назвал хранилище таких структур коллективным бессознательным — это не то, чему нас учат в детстве, а то, что мы «получаем в наследство» от всего человечества, как биологическую память. Именно поэтому в культурах, никогда не контактировавших друг с другом, появляются похожие мифы: герой спускается в подземелье, мудрый старец дает совет, мать защищает ребенка... Эти сюжеты работают, потому что они уже глубоко внутри нас.

Теперь вы понимаете, насколько все серьезнее, чем кажется на первый

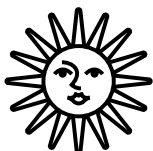
взгляд? Наверняка у многих сейчас мелькнула мысль: «Зачем мне это знать? Что дадут мне архетипы?» Ответу так – это знание способно изменить жизнь. Оно словно «включает» новый уровень восприятия: вы начинаете видеть, что движет людьми, почему одни истории цепляют за душу, а другие – нет, почему одни бренды вызывают доверие, а другие оставляют нас безразличными.

Писатель, разобравшись в архетипах, сможет создавать героев и сюжеты, в которые читатели влюбляются, – не потому что «крутой экшен», а потому что это их внутренняя история. Маркетолог научится говорить с людьми на языке их глубинных потребностей не через «купите, это выгодно»,

а через «это то, что делает вас собой». Психолог, коуч, педагог начнет чувствовать, почему другой человек поступает так, а не иначе – и сможет не просто выслушать, а по-настоящему понять, помочь, вдохновить.

В этой книге я расскажу, что Юнг имел в виду, говоря об архетипах, как он вообще дошел до этой идеи и зачем ввел понятие коллективного бессознательного. Мы посмотрим, как учение швейцарского психиатра и философа эволюционировало со временем, и почему древние архетипические образы (Герой, Мудрец, Мать, Отец и другие) сегодня используют не только психологи, но и сценаристы, маркетологи, коучи.

Вместе мы пройдем путь от философских идей Юнга к их современным интерпретациям. И, возможно, архетипы перестанут быть для вас модным словом и станут тем, чем они задумывались изначально — ключом к пониманию психики и к глубинной связи между людьми.



1

Архетипы: как объяснить то, что невозможно объяснить

Когда студенты спрашивают меня, что почитать, чтобы разобраться в архетипах, я всегда теряюсь. Да, в продаже полно

книг про архетипы
в кино, отношениях,
переговорах, брендинге,
но многие из них
упрощают или даже
искажают идею. Они
предлагают готовые
шаблоны, но не
помогают понять, что
такое архетип на самом
деле. Ведь это —
не список ролей, а нечто
гораздо более глубокое
и тонкое. Давайте
разбираться по порядку.