

УДК 316.6; 1; 7.011.2
DOI 10.23683/2227-8656.2017.6.8



АРХЕТИПЫ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЦИВИЛИЗАЦИИ

Пигулевский Виктор Олегович

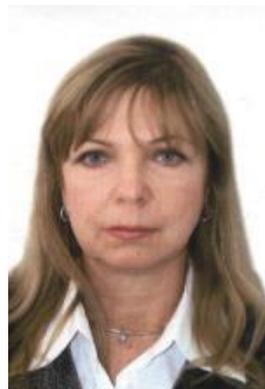
Доктор философских наук, профессор,
ректор Южно-Российского
гуманитарного института,
г. Ростов-на-Дону,
e-mail: urgi@urgi.info

Мирская Людмила Анатольевна

Доктор философских наук, профессор,
проректор Южно-Российского
гуманитарного института,
г. Ростов-на-Дону,
e-mail: lymirskaya@yandex.ru

Выявление базовых архетипов и их глубинной структуры применительно к сфере проектирования цивилизации – городской среде и дизайну – позволяет обозначить вековую устойчивость определенных образцов и инструментов, что дает возможность конструировать эффективные модели и проектировать нужные вещи. Рассматриваются предметы и функции вещей в связи с архетипическими образами и культурными монадами.

Ключевые слова: архетип, архитектура, бессознательное, дизайн, культура, модель, монада, образ, символ, проект, функция.



THE ARHETYPES AND THE DESIGN OF CIVILISATION

Viktor O. Pigulevsky

Doctor of Philosophical Sciences,
Professor, Rector,
South Russian Institute for the Humanities,
Rostov-on-Don,
e-mail: urgi@urgi.info

Lyudmila A. Mirskaya

Doctor of Philosophical Sciences, Professor,
Vice-rector,
South Russian Institute for the Humanities,
Rostov-on-Don,
e-mail: lymirskaya@yandex.ru

The identification of the basic archetypes and their depth structure in the sphere of the design of civilization – city environmental and design, makes it possible to notice the secular stability of the definite specimens and tools that gives an opportunity to construct effective samples and to project the necessary objects. The subjects and functions of objects are considered in relation with the archetypal images and cultural monads.

Keywords: archetype, architecture, unconsciousness, design, culture, model, monad, image, symbol, project, function.

Введение

Проектирование современной цивилизации все чаще обращается к архетипическим моделям бессознательного для создания эффективной коммуникации и комфортной среды жизни человека. Считается, что отождествление и увязывание разработки с подходящим по смыслу архетипом повышают вероятность ее успеха [6, с. 28]. Как правило, в ходе анализа образа жизни людей, стратегии продвижения товара или рекламного обращения, архетипические образы, вычлененные К.Г. Юнгом, просто накладываются на изучаемый предмет. По мнению разработчиков, это позволяет объяснить, подходит или нет для данного вида деятельности способ построения бренда, избранная рекламная стратегия. Однако в предметном мире проведение параллелей практически ничего не дает. Кроме того, в ходе анализа зачастую происходит смешение архетипического образа и когнитивного символа, а под архетипом ошибочно понимаются и типический образ, и паттерн, и репрезентация [7; 12, с. 15].

В связи с этим стоит обратить особое внимание на вечные схемы проектирования городов, промышленный дизайн и визуальные коммуникации. Задачей данной статьи является выявление базовых архетипов и их глубинной *структуры* применительно к сфере проектирования цивилизации – городской среде и дизайну. В теоретическом плане это позволит обозначить вековую устойчивость определенных образцов и инструментов цивилизации, в практическом – даст возможность конструировать эффективные модели и нужные вещи. Речь идет о сопряженности человека с миром, со «второй природой». Люди строят города, прокладывают дороги, создают средства жизнеобеспечения – технику, инструменты, устройства – и пользуются ими. В этом «оперативном поле» просматриваются вечные образцы деятельности, восприятия и мышления – архетипы. Понимание природы действия архетипов в сопряжении человеческой телесности и плоти мира позволит избежать ошибок в проектировании, сделать проектирование цивилизации более эффективным.

В самом общем плане проблема может быть сформулирована на примере циферблата часов – почему в условиях роста миниатюризации и появления гаджетов, интегрирующих в себе ряд функций, вроде мобильного телефона (связь, радио, интернет, калькулятор, фотокамера, часы), они не могут отменить обычные часы с круглым циферблатом? Подобный вопрос существования вещей, как будто противоречащих техническому прогрессу и требованиям бизнеса, как раз и указывает на существование глубинных архетипических моделей формообразова-

ния. Это вопрос о том, насколько архетип важен для жизни человека, символический образ которого является императивом проектирования цивилизации.

Архетип и хронотоп города

Архетипы коллективного бессознательного – это миллионы раз повторявшиеся типичные жизненные ситуации, запечатлевшиеся в психике в виде неосознаваемых схем, образцов мышления, поведения и восприятия [8, с. 5–15; 28, с. 245–247]. На поверхности сознания архетипы предстают в виде мифологических образов, которые в процессе жизнедеятельности человека наполняются культурным содержанием. Если говорить об архетипической природе деятельности, то самое важное – это указать на *непреодолимое влечение человека создавать нечто оформленное*. Проблема архетипического основания цивилизации – это проблема начала, идеального архэ, формообразования. Становление цивилизации указывает на то, что фундаментальное влечение к оформлению становится целеполагающим созиданием, а следовательно, порождает относительное архэ. Ведь архетип наполняется новым содержанием. Он становится культурной монадой с разнообразными, в том числе техническими, модусами действия. В глубине сформированной монады находится идеальный, абсолютный архетипический инвариант [4, с. 36–38].

Жизнеустройство общества имеет в основе хронотоп *civitus*, пространство городов как колыбели цивилизации и хозяйственной жизни. Это также пространство дорог и тропинок освоенного людьми ландшафта. Хронотоп *civitus* – культурная монада. В ее основе – базовый архетип – священный хронотоп, или ориентационное поведение. Архетипы образования городов просматриваются в античных и средневековых поселениях. Понятно, что города образуются в определенной топологии (излучина реки, бухта, холмы и пр.) и представляют собой особо выделенное пространство, которое может быть защищено стеной и в котором есть возвышенность. Невзирая на разную планировку древних городов – прямоугольную или радиальную, в них имеется центр – это место общения – круглая площадь с сакральным центром (иногда это углубление для жертвоприношения). Круглая форма центра характеризуется как *tundus* – мир. Название не случайно, любое конструирование нового мира универсально, это образ космоса в миниатюре – *tundus*. Город *основывается*, т. е. он конструируется на том же идеальном фундаменте, что и мир, значит, в месте, где живут боги. «Но в примитивной ли форме, в какой он использовался в церемонии основания города, или в готовом образчике архитектуры, *tundus* явля-

ется архэ, в котором открывается еще более древний мир предков, подземное хранилище всего, что когда-либо рождалось» [20, с. 23].

Здесь возникает вопрос о безусловном первоначале, потому что оно просматривается в четком делении мандала-планов на четыре. Можно было бы, конечно, упомянуть о четырех элементах, значимых во всех древних культурах. И о делении мира на четыре стороны проведения осей. И о естественной ориентации север – юг и запад – восток. И о преемственности культур. Но важно обратить внимание на происхождение архетипа как такового. Архетип буквально в себе самом содержит принуждение (как следствие отражения, отпечатка) видеть мир *определенным* образом. В случае мандала-планов это вполне наглядно – древнее наблюдение за небесами и чувство целостности, которое в человеческой психике оформляется в результате процесса индивидуации и которое называется самость. Геометрический план мандалы имеет не только внешнее, космическое происхождение, но и внутреннее, психическое. Он, следовательно, является не только точкой видения, но и основанием (порождающим центром) планомерного, предопределенного развития.

В теории коллективного бессознательного Юнга указывается и на другие числа центра целостности человека, особенно на число 3. Оно указывает на трехмерный космический ритм, а также на происхождение организма как такового, в результате союза двух появляется новое, третье существо. К. Кереньи приводит описание разметки города, данное Фробениусом: «С появлением первой четверти Луны они начинали размечать окружность и четверо ворот. Вокруг города три раза обводили быка и затем приводили его в отмеченное место вместе с тремя коровами. И после того, как он покрывал всех троих, его приносили в жертву, его член хоронили в центре нового города, а вокруг жертвенной ямы воздвигали фаллический алтарь. (Таким образом, в центре разметки города находится эмблема, сочетающая мать и отца!). На алтаре всегда приносили в жертву трех животных, в яме – четырех» [цит. по: 4, с. 32]. Попутно можно отметить, что, видимо, в этом контексте возникает культурный комплекс преступник – жертва – искупление [26, р. 20–25].

Однако четвертая ступень указывает на процесс индивидуации (становление и развитие) в новом существе. И все выглядит как чередование трех и четырех. Число три также просматривается в планах городов – количество ворот, улиц и храмов, кратное трем. Но существует сочетание трех и четырех – двенадцатиричное деление мировых часов. Это архетипический инвариант, абсолютная система ритма в

мандале. Круглый циферблат часов в этом смысле есть овеществленный и объективированный архетипический образ времени. Четкая культурная монада, структурный принцип одной из картин мира – ориентационного поведения, очень близкая к абсолютному началу. Все остальные указатели времени – на холодильниках, экранах гаджетов и пр. – всего лишь относительные подобия части архетипа.

В средние века, когда основную социальную структуру составляют купцы и ремесленники, центром городского пространства становится рыночная площадь и храм, а также накладывается социальная топография – ратуша и башня с колоколом, регулирующим время городской жизни и оповещающим об опасности [22, с. 116–117]. В первом приближении происходит совмещение архетипов ориентации и поклонения (мандала, трех и четырех) с образом обмена и обретения. Символом духа обмена является Меркурий, он же Гермес, покровитель торговли и предпринимательства, но также образ ловкости и плутовства, который зачастую объединяется с Фортуной – богиней случая и удачи. Так культурная монада наполняется дополнительным культурным содержанием и становится дальше от порождающей модели, архетипа.

Движение и лабиринт

Движение в пространстве обеспечивает человеческая телесность, прежде всего ноги, благодаря чему происходят изменение точки зрения, обогащение опыта, осуществляется поиск и реализуются устремления человека. Движение по дорогам есть совмещение индивидуальной кинетики и социальной ориентации в пространстве, это та первоначальная аффективность, которая формирует допредикативное сознание [5, с. 19–37; 19, с. 150]. Мифологически через стопы передается сила земли, а движение оставляет след, по которому преследуют или идут последователи, ученики. Ноги, оставаясь животным началом, выделяют человека и как вид, «двуногое животное», они не просто обеспечивают движение, они связаны с сексуальностью, а значит, с инстинктом жизни, и тем не менее люди обычно ноги не замечают, они остаются метонимией бессознательного [15, с. 187–188]. Архетип жизненного движения, вовлечения в мир и фигуры городских планов один и тот же – лабиринт.

Один из смыслов греческого слова λαβóρινθος («улица») – «узкий проход», λαύρα. Это выражение сути города и сети дорог ландшафта с убегающим горизонтом. Лабиринт является пространственным символом архетипического непреодолимого влечения человека создавать нечто оформленное. Архетипическое влечение создавать формы, про-

израстать основано на природе психического, в которой есть нечто духовное, открытое воздействию творческого духа и всего, что человека окружает [24].

Воплощенная кинетика творческого духа – телесное передвижение, странствие, переход, в культурном преломлении – паломничество или путешествие: «Тела всегда – на грани отхода, в неотвратимости движения, падения, смещения, скачка» [10, с. 58]. Мифологема (или культурная монадическая форма) блуждания в лабиринте – это поиск затерянного мира, гроба Господня или святого Грааля; переход от колеса страданий сансары к ее центру – нирване. Или иначе – внутри всякой монадической формы, мифологема находится абсолютное архэ, божественный исток и начало. Соответственно, в мировых религиях проход через лабиринт – инициация (просветление), открытие духовного центра, абсолютного начала. Это проход через испытания и проверки ради избавления от мучений и обретения рая. Как соединение спирали и плетения лабиринт может быть символом вечного возвращения, непреходящего божественного истока жизни и творчества, мандалы, закрученной вокруг центра, к которому устремляется посвященный. Кроме того, продвижение к центру выражает еще один важнейший архетип – совпадение с бытием. Это совпадение имеет как относительный (на окружности), так и абсолютный (в центре) предел. За пределами городской среды хронотоп открывающегося в перспективе мира – это также лабиринт, как убегающий горизонт перемещения.

Отсюда понятно, что центром городского хитросплетения улиц становится храм. В основе планировки храма также архетип – крест, круг, мандала. Особое значение приобретают врата, которые символизируют вход в искомое сакральное место. Их символика проистекает от пещеры, в которой можно укрыться. Необходимость «войти» и, как следствие, оказаться защищенным выражает непреложный закон совпадения абсолютного начала и божественного истока. Вход можно открыть как спасительное место или запечатать как тюрьму (закрывать дух). Архитектурный архетип обретает символический смысл – городские ворота (и ключ как знак владения городом или домом), въездные ворота, парадные входы, триумфальные арки. Врата символизируют не только сам вход, но и переход в значительное место (священные ворота, врата ада, небесные врата), а также продвижение от одной жизненной ситуации к другой [1, с. 49–50]. Они настолько значимы, что могут быть поняты как инсталляция, вписанная в любое пространство. Вход указывает на инициацию в пространство целостности и архетипического роста души.

Архетип вечного возвращения

Условиями деятельности индивида в городах становится не просто особым образом организованное пространство, но хронотоп, жизнь протекает во времени, которое измеряется часами и календарем. Архаическое время циклично, это «вечное возвращение» (Ф. Ницше) – сельскохозяйственные сезоны и аграрные праздники, которые в средние века соотносятся с христианским календарем (от Рождества, Пасхи, Дня Всех Святых и пр.). Время городской жизни в средние века регулируется церковными колоколами – время труда и досуга, молитв и праздников, поста и воздержания.

Если календарь охватывает годовой цикл, то часы выражают членение процесса в пределах конечного отрезка. Опора на архетипическую магию чисел позволяет разделить дневное время на 12 частей. Дискретность 12 частей далека от точности и обусловлена способом измерения – древними цивилизациями используются солнечные, водяные, песочные и огневые часы. Измерение событий осуществляется с помощью чисел, ибо «время есть число движения по отношению к предыдущему и последующему» (Аристотель). Осмысление времени как бы игнорирует циклическое время хозяйственной жизни и является вертикальным – время соотносится с вечностью, как Эон (αἰών) и Хронос (χρόνος), «время – подвижный образ вечности» (Платон) [2, с. 25–34]. Последующая теологическая трактовка – это понимание вечности как атрибута Бога и временности как способа бытия твари, *aeternitas* и *tempus* (Августин). С одной стороны, отсутствие реальной необходимости конкретного измерения времени в условиях натурального обмена и неточность применяемых приборов, а с другой – философское соотнесение временности земной жизни и божественной вечности не предполагают шкалы создания суточного цикла. Архетип вечного возвращения обнаруживается лишь в календаре сезонных праздников.

Как известно, изобретение механических часов происходит в XIV в., а наиболее точные маятниковые часы создает Гюйгенс (1658). По сути, лишь с эпохи Ренессанса точное измерение времени входит в хозяйственную жизнь, ибо начинают развиваться торговые сделки, складываются кредитно-финансовые отношения. У человека формируется «чувство времени», но понимание горизонтального течения времени складывается только с XVII в. [17, с. 34]. Соответственно, время как «движение вперед», из прошлого в будущее, становится результатом идеи прогресса, рожденной эпохой Просвещения. Сначала значение приобретает точность «делового» деления, а затем колесом прогресса становится суточный цикл. Универсальным символом цикла со-

отношения текущего настоящего, «теперь», и ежедневно повторяющегося, «всегда», становится циферблат часов, который позволяет ежедневно ориентироваться и действовать, а в корреляции с календарем планировать будущие события жизни. Понятно, что круг выступает как универсальный символ единства разных сфер бытия – как пространственных, так и временных (вечность) [18, с. 272–273]. Символическим смыслом круглого циферблата являются всемирные часы, за которыми просматривается архетип мандалы трех и четырех, означающий самореализацию человека [21, с. 223–224]. Поэтому в условиях современной цивилизации круглый циферблат не только выражает архетип, совпадая с глубинным бессознательным содержанием и динамикой психэ, но и сохраняет свои функции, главной из которых является планирование жизни на ближайшее будущее. Современные цифровые часы, дающие мгновенный срез времени, в этом плане совершенно не эффективны и имеют ограниченную сферу применения.

Инструментальная деятельность и архетипы индустриального дизайна

Действуя в архетипическом пространстве и текущем времени, человек проектирует технические средства и предметы цивилизации. В сопряжении человеческой телесности с материей мира в процессе труда и жизни формируются и работают архетипы коллективного бессознательного. А потому ряд вещей несет на себе отпечаток этих архетипов. Модус деятельности человека, взятый в аспекте повторяющихся образцов в цикле цель – средство – результат, предполагает вещи и инструменты, используемые человеком всегда и вечно. Эти вещи и инструменты – подручные средства, они очень близки к абсолютным архетипам, или началам. Самый простой инструмент со времен появления *homo sapiens* – палка как продолжение руки. Ставя цели и используя определенные средства их достижения, человек сопрягает свою телесность с плотью мира [9, с. 798]. Тело не только вписано в среду, но благодаря орудю оно инкрустировано (обмен в процессе труда) в плоть мира: «Плоть, можно сказать, это состояние тела, но не тело в своей анатомической и перцептивной ограниченности; тело трансгрессивное, т.е. переходящее свой предел его утверждением» [14, с. 128]. В этом сопряжении архетип опредмечивается и выражается как в знаково-символической, так и в орудийной, все более усложняющейся и удаляющейся от базового архетипа форме.

Возвращаясь к простому инструменту – палке, можно сказать, что действия рук человека с рычагами, лопатами, молотками, мечами и другими орудиями являются архетипическими. Помимо габитуса (*hab-*

itus), опыта постоянно нарабатываемых умений и навыков, привычек и автоматизмов, в нас встроены веками наработанный образ динамики коллективного бессознательного, в котором дух главенствует и упорядочивает, находит соответствия, и все достижения человека имеют начало в мифологеме, культурной монаде и глубже – в архетипическом образе действия. Инструментальным примером архетипа действия может служить настольная лампа Дж. Карвардина Angelpoise (1932). Однако вовсе не потому, что сложный пружинный механизм обеспечивает равновесие всей конструкции [16, с. 57–64]. Лампы Р. Сапера Tizio (1972), М. де Луки Tolomeo (1987), А. Меда Fortebraccio (1998), А. Читтерио Kelvin LED (2010) обходятся без пружинного механизма, но воспроизводят тот же архетип действия. Все дело в задаче проектирования, которую поставил Дж. Карвардин, – это воспроизведение степеней свободы действия человеческой руки. Именно свобода действия человеческой руки соответствует «вечной» схеме, архетипу действия.

Этому архетипу через культурную монаду соответствуют кнопки, выключатели, курки, приспособленные для управления с помощью пальцев. Даже при создании iPhone с жестами сенсорного управления, оказывается, что невозможно устранить кнопки, их вынуждены рисовать на дисплее. Наконец, архетипическими являются проекты, где человек что-то вращает – рули, ручки кранов, ключи. Архетип вращения – колесо жизни как динамическая система – символически представлен в виде спирали, свастики, колеса, колесного креста, концентрических кругов. Спираль космологична от спиральных галактик до водоворота, ее мифологический смысл – становление и гибель, гибель и возрождение, или вечное возвращение. Спирали или концентрические круги легко могут вызвать гипнотический эффект, примером чему могут служить плакаты С. Басса к фильму А. Хичкока «Головокружение» (1958), Х. Байера – Offset Buch und Werbekunst, no. 7, Й. Мюллер-Брокмана – «Бетховен» (1955), Кассандра – Nicolas (1935), М. Хюбера – «Гонки Гран-при» (1953) и пр. [23, p. 188–119].

Архетип, стереотипы и символические объекты

Если люди привыкли к действиям с определенными вещами так, а не иначе, это не значит, что работает архетип. Ведь в культурную монаду входят привычки, навыки, наработанные в социуме паттерны поведения и стереотипы восприятия. Примерами паттернов и стереотипов являются раскладка клавиатуры пишущей машинки qwerty, привычка пользования вентилями горячей и холодной воды (холодный справа, горячий слева), ручками регулирования подачи газа на кухон-

ной плите (соответствие расположению конфорок), а стереотип восприятия цвета определяет светофор как условную семантическую систему: красный – запрет, желтый – предупреждение, зеленый – открыто [11, с. 134–139, 226–234, 254–262]. Нестандартное проектирование подобных вещей приводит к недоразумениям и путанице у пользователя – эффекту интерференции.

Надо сказать, что вещи, имеющие функциональное назначение и обретающие символический смысл в культуре, отнюдь не обязательно имеют архетипический образ действия в основе своего создания. Например, стул с функцией опоры для тела как объект сопряжения позы человека соотносится с артефактами культуры – интерьером, транспортными средствами, архитектурными формами. Стул и кресло являются необходимыми вещами технической цивилизации. Их функции – от рабочего места до комфортной зоны отдыха и подчеркивания статуса личности. Например, трон, на котором восседает император, поднятая платформа, на которой располагается мастер среди учеников, кресло начальника в рабочем кабинете призваны подчеркнуть в том числе статус личности. Однако не во всех культурах стул исторически возникает. В китайской и японской культурах человек располагается на коленях или на корточках. Этому объекту, встроенному в структуру современной цивилизации, не хватает архетипической универсальности. Это же можно сказать о деньгах. Какими бы символами они ни были нагружены, деньги служат лишь средством идентификации нации и государства, но не имеют универсального прототипа. Архетип выражается символами и мифологемами, однако обратное утверждение неверно. В структуре вещного мира далеко не все символические объекты имеют отношение к архетипам, но бывают результатом когнитивной наработки культуры, в основе которой лежит ментальная, сознательная репрезентация, а не бессознательная, образно-архетипическая. Многие объекты цивилизации имеют весьма отдаленное отношение к абсолютным началам. Само собой, в данном контексте приходится оставить в стороне культурные паттерны, обусловленные полом [25, р. 7].

Вместе с тем восприятие, пользование и означивание объектов приобретают характер императива. Ведь архетип несет в себе энергию, образ и волю. Символизм предметного мира диктует визуально-тактильный смысл [13, с. 31–36]. В структуру проектирования встроены функции (эргономика) и особенности восприятия и оценки (статус). Например, кресло – рабочее место, кресло водителя или руководителя, место комфорта или общения. Опыт пользования определенными ве-

щами и стереотипы восприятия закрепляются в устойчивые привычки и вкусы людей, за которыми просматривается культурно-исторический опыт. Сиденье для велосипеда и для трактора, кресло, используемое в самолете или в автомобиле, даже кресло для работы на компьютере – все они имеют вполне специфичную форму, которая следует за функцией. Пользование этими сиденьями закрепляется в визуально тактильный комплекс (поведенческих привычек и стереотипов восприятия), а применение их в разных ситуациях легко приводит к смене семантики.

Инверсия смысла ввергает восприятие в такой шок, что это привлекает авангардистов, становится проектным принципом антидизайна – барные стулья Sella и Mezadro А. и П. Дж. Кастильони (1957), кресло Rover Р. Арада (1981). Такую же роль играет замена привычно осязаемого материала, скажем, дерева, ткани или кожи на металл – кресло из закаленной стали Р. Арада (1986), на стекло – стул Etruscan Д. Лейна (1992), на плексиглас – кресло Miss Blanche Ш. Курамата (1988). Даже образность в дизайне обуславливает деформацию визуально-тактильного комплекса – кресло «Мешок» П. Гатти, Ч. Паолини, Ф. Теодоро (1968), трансформер Wink Т. Кита, комплект дивана «Губы», лампа «Креветка», вешалка «Кактус» от Studio 65 (1972). Так, кресло из никелированной проволоки «Как высока луна» Ш. Курамата (1986) несет смысл не столько сиденья, сколько эстетики призрачности и блеска жестких переплетений [27, р. 358]. При изменении привычной формы и материала объекта возникают новые ассоциации и коннотации, нарушающие вкусы и визуально-тактильные привычки. К примеру, «попробуйте выпить вина из бутылки для кока-колы или виски из пивной бутылки – это будет настоящий шок для вкусовых рецепторов» [16, с. 72]. Верное наблюдение, которое заключается в том, что в традиционную стеклянную бутылку помещается такой напиток, к которому исторически сложилось трепетное отношение, – история вина восходит к дионисийскому культу. Такая бутылка, поставленная на стол, становится центральным элементом трапезы, обозначая ее торжественный характер. Напротив, Coca-Cola – лакомство, символизирующее американский дух потребления. Контурная бутылка, запатентованная А. Сэмюэльсеном (1916), приятно помещается в ладонь, являясь образным выражением бренда. Газировка позволяет с удовольствием утолить жажду, ощутив в ладони фактуру бутылки, ассоциирующейся с «американизмом», но не более того. Замена винной бутылки на бутылку газировки меняет привычный регистр вкуса. Вино или газировка помещается в разную тару, имеющую определенный

символический смысл, что обуславливает визуально-тактильное ощущение.

Но есть универсальная посуда, из которой привычно пить все что угодно и готовить разные вещи – керамический горшок и кувшин. В отличие от идентификационных свойств бутылок, горшок и кувшин универсальны, они имеют в разных культурах аналогичную форму – сосуд для хранения жидкости, крупы или зерна с зауженным горлышком. С изобретением гончарного круга в третьем тысячелетии до н.э. кувшин приобретает практически идеальную форму. С одной стороны, он предстает как сосуд для хранения продуктов, такой что позволяет готовить пищу на огне, воплощая в себе цивилизацию вареного в противовес природному сырому (К. Леви-Стросс). А следовательно, сосуд связан с выживанием культурного человека, с материей перевоплощения. С другой стороны, кувшин есть воплощение руки мастера, формирующего материю (глину) и воплощающего архетип вращения и рождения. Кувшин, амфора, кратер, горшок – идеальный архетипический объект, который также предстает как визуально-тактильный комплекс предмета утоления жажды, голода и продолжения жизни. Сосуд жизни – символическое значение кувшина и горшка, за которым скрыт архетип вращения и рождения.

Заключение

Итак, никакой прогресс, предполагающий интеграцию функций в приборах и гаджетах, не в силах отменить универсальные объекты, воплощающие в себе архетипические образы. Как правило, промышленное производство вещей, при котором каждая серийная вещь является отпечатком технологий и полного заводского цикла, никакого отношения к архетипам не имеет. Пользование массой вещей – это формирование габитуса личности, поведенческих привычек и стереотипов восприятия, «знания как» и «знания что», которые нарастают как опыт цивилизованного человека. Но проектирование цивилизации в целом имеет константы, обусловленные сопряжением человеческой телесности с природой, архетипических образов, инкрустированных в плоть мира. Действуя в мире, человек в разных модификациях культурных монад повторяет образы жизни, а архетип вечного возвращения становится базовой установкой проектирования в дизайне и архитектуре. От ремесла до высоких технологий просматривается потребность человеческого духа создавать нечто оформленное и отвечающее образам жизни, а значит, формообразованию, открытости и произрастанию.

Литература

References

1. Бидерманн Г. Энциклопедия символов. М., 1996.
2. Гайденко П.П. Время. Длительность. Вечность. М., 2006.
3. Кереньи К. Прологомены // Душа и миф. Шесть архетипов. Киев, 1996.
4. Кереньи К.Г. Юнг. Введение в сущность мифологии // Душа и миф. Шесть архетипов. Киев, 1996.
5. Крейдлин Г. Язык тела и кинетика // Тело в русской культуре. М., 2005.
6. Лидвелл У., Холден К., Батлер Дж. Универсальные принципы дизайна. СПб., 2012.
7. Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов. М., 2005.
8. Мирская Л.А. Карл Густав Юнг. М.; Ростов н/Д., 2006.
9. Можейко М.А., Грицанов А.А. Плоть мира // История философии: энциклопедия. Минск, 2002.
10. Нанси Ж.-Л. Corpus. М., 1999.
11. Норман Д.А. Дизайн привычных вещей. М., 2006.
12. Пендикова И.Г., Ракитина Л.С. Архетип и символ в рекламе. М., 2012.
13. Пигулевский В.О., Пигулевский О.В. НАPTICS: поле исследований // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2006. № 10.
14. Подорога В. Феноменология тела. М., 1995.
15. Руднев В.П. Ноги // Словарь безумия. М., 2005.
16. Суджич Д. Язык вещей. М., 2015.
17. Сунягин Г.Ф. Промышленный труд и культура Возрождения. Л., 1987.
18. Топоров В.Н. Геометрические символы // Мифы народов мира: энциклопедия. Т. 1. М., 1994.
19. Эттинген Л.Е. Конечности // Человек. 2004. № 4.
20. Юнг К.Г. Душа и миф. Шесть архетипов. Киев, 1996.
21. Юнг К.Г. Психология и алхимия. М., 1997.
22. Ястребицкая А.Л. Город // Словарь средневековой культуры. М., 2007.

1. Bidermann G. Entsiklopediya simvolov. M., 1996.
2. Gaydenko P.P. Vremya. Dlitel'nost'. Vechnost'. M., 2006.
3. Keren'i K. Prolegomeny // Dusha i mif. Shest' arkhetipov Kiev, 1996.
4. Keren'i K.G. Yung. Vvedenie v sushchnost' mifologii // Dusha i mif. Shest' arkhetipov. Kiev, 1996.
5. Kreydlin G. Yazyk tela i kinetika // Telo v russkoy kul'ture. M., 2005.
6. Lidvell U., Kholden K., Batler Dzh. Universal'nye printsipy dizayna. SPb., 2012.
7. Mark M., Pirson K. Geroy i buntar'. Sozdanie brenda s pomoshch'yu arkhetipov. M., 2005.
8. Mirskaya L.A. Karl Gustav Yung. M., Rostov n/D., 2006.
9. Mozheyko M.A., Gritsanov A.A. Plot' mira // Istoriya filosofii: entsiklopediya. Minsk, 2002.
10. Nansi Zh.-L. Corpus. M., 1999.
11. Norman D.A. Dizayn privychnykh veshchey. M., 2006.
12. Pendikova I.G., Rakitina L.S. Arkhetip i simvol v reklame. M., 2012.
13. Pigulevskiy V.O., Pigulevskiy O.V. NAPTICS: pole issledovaniy // Gumanitarnye i sotsial'no-ekonomicheskie nauki. 2006. № 10.
14. Podoroga V. Fenomenologiya tela. M., 1995.
15. Rudnev V.P. Nogi // Slovar' bezumiya. M., 2005.
16. Sudzhich D. Yazyk veshchey. M., 2015.
17. Sunyagin G.F. Promyshlennyy trud i kul'tura Vozrozhdeniya. L., 1987.
18. Toporov V.N. Geometricheskie simvol'y // Mify narodov mira: entsiklopediya. T. 1. M., 1994.
19. Etingen L.E. Konechnosti // Chelovek. 2004. № 4.
20. Yung K.G. Dusha i mif. Shest' arkhetipov. Kiev, 1996.
21. Yung K.G. Psihologiya i alhimia. M., 1997.
22. Yastrebitskaya A.L. Gorod // Slovar' srednevekovoy kul'tury. M., 2007.

23. *Heller S., Ilic M.* Icons of Graphic design. L., 2008.

24. *Hollis J.* On this Journey we Call our Life: living the Questions. Toronto, 2003.

25. *Singer T.* A Jungian Approach to Understanding «Us vs Them» dynamics // Psychoanalysis, Culture & Society. L., 2009.

26. *Singer T., Kimbles S.* The cultural Complex: Cotemporary Jungian perspectives on Psyche and Society. L.; N.Y., 2004.

27. *Raizman D.* History of Modern design. L., 2003.

28. Культурология в вопросах и ответах. М. : Гардарики, 1999.

23. *Heller S., Ilic M.* Icons of Graphic design. L., 2008.

24. *Hollis J.* On this Journey we Call our Life: living the Questions. Toronto, 2003.

25. *Singer T.* A Jungian Approach to Understanding «Us vs Them» dynamics // Psychoanalysis, Culture & Society. L., 2009.

26. *Singer T., Kimbles S.* The cultural Complex: Cotemporary Jungian perspectives on Psyche and Society. L.; N.Y., 2004.

27. *Raizman D.* History of Modern design. L., 2003.

28. Kul'turologija v voprosah i otvetah. M.: Gardariki, 1999.

Поступила в редакцию

17 октября 2017 г.