

М. О. Кошлякова

## О символах в имидже

Человек использует символы с очень древних времен. В символе в компактном виде зашифровано огромное количество информации об объекте или явлении: физические, изотерические, психологические и другие характеристики объекта или явления и тип поведения по отношению к объекту или явлению.

В своем индивидуальном имидже человек часто безотчетно, использует такие древние символы, как крест, солнце, звезда, лабиринт, обозначение различных стихий, природных процессов и т. д. Можно заметить, что, например, мотив креста используется не только людьми, исповедующими христианскую религию, но и, как крайние варианты, представителями современной рок- и поп-культуры.

Окружающие, не осознавая значения определенного символа, часто реагируют на него так же заданным образом. Особенно ярко эта тенденция проявляется в брендинге. Например, бренд компании «Мерседес-бенц» воспроизводит древний символ, означающий «нисхождение высшего духа в низшую материю», «Мицубиси» — три-сепс (старый периодический знак небесной силы).<sup>1</sup>

В связи с этим становится интересно, каким образом древнее значение символа передается современному человеку и как это значение осмысливается сегодня.

Представляется, что для понимания этого явления необходимо обратиться к культурному наследию человека, которое связано с содержимым бессознательной сферы его психики. К. Г. Юнг пишет: «Мы не должны полагать, что человек, родившись, начинает изобретать заново человеческий образ действий. Как и инстинкты, схемы коллективной мысли являются по отноше-

нию к человеческому разуму врожденными и унаследованными. И действуют они при возникновении соответствующих обстоятельств более или менее одинаковым образом у всех нас».<sup>2</sup> Генерирование и восприятие символов, считает К. Г. Юнг, является генетически унаследованным от предков. Символы каждого отдельного человека имеют корни в общем коллективном бессознательном.

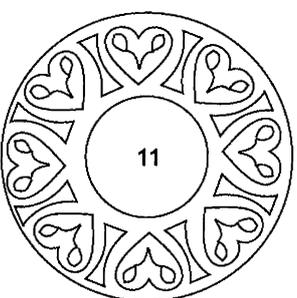
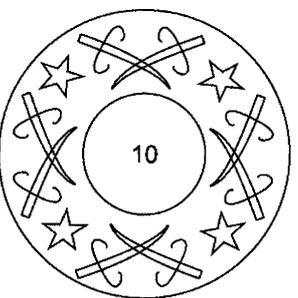
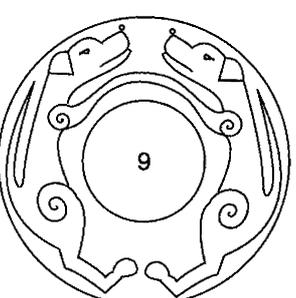
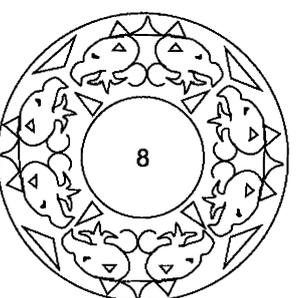
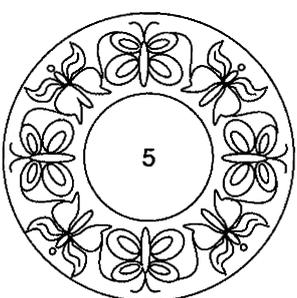
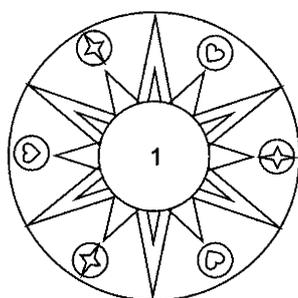
На наш взгляд, изучение символов, востребованных в обществе, может быть полезно для развития технологий в сферах имидж-мейкерства, а также речевой коммуникации, выборных технологий, публич-рилейшнз, рекламы и т. д.

Чтобы определить, какие символы и соответственно детерминированные ими модели поведения востребованы сегодня молодежной аудиторией, мы провели экспресс-анкетирование студентов РГУТиС. В ходе анкетирования мы попросили студентов назвать один или несколько объектов, изображения которых им хотелось бы внести в свой имидж в виде украшений, брелков, фрагментов орнамента костюма, заставок сотовых телефонов и т. д.<sup>3</sup>

Результаты опроса, показавшие какие мотивы интересны молодежи, были обобщены нами в тематические группы и воспроизведены в виде 12 декоративных орнаментов.

В следующем экспресс-анкетировании мы предъявили студентам перечень орнаментов. Каждому изображению мы дали традиционную историческую трактовку и попытались воспроизвести смысл, который может быть актуальным для современного человека при формировании им своих моделей поведения.

Символика этих орнаментов представляется нам в следующем виде.



Орнаменты

**1. Тройная звезда.** Символ «звездных ворот», путешествия между мирами<sup>4</sup>. На наш взгляд, такой символ должен выражать установку на достижение, так как традиционно связан с такими понятиями, как судьба, счастье, удача, поэтому целеустремленность должна быть основным качеством, выражаемым в поведении, когда каждый поступок оценивается с точки зрения продвижения в направлении к цели или от нее. Мы думаем, что такой символ детерминирует рациональные модели поведения.

**2. Лилии.** Мотив лилии очевидным образом связан с христианской символикой. Тройная лилия — символ троицы и трех добродетелей: Веры, Надежды и Милосердия; в нагорной проповеди Иисус использовал знаменитые «лилейные поля», как аллегорию о вознаграждении Богом тех, кто отказался от жадности наживы и т.д.<sup>5</sup> Мы считаем, что мотив лилии в культуре славянских народов связан с христианской символикой и выражает стремление следовать нравственным нормам христианской морали и выражением этого стремления в моделях поведения.

**3. Морской мир.** Этот мотив мы ввели самопроизвольно. Такие морские существа, как моллюски, осьминоги, рыбы, отождествляются с глубинами, в том числе с глубинами подсознания, являются символами ухода от действительности, отказа от общения, замкнутостью, считаются воплощением свободы<sup>6</sup>. З. Фрейд, К. Юнг и их последователи считают, что векторы энергетики подсознательного направлены вниз, в глубину. Поэтому «подводный мир», с нашей точки зрения, выражается в использовании в моделях поведения подсознательного ресурса психики, связанного с интуицией, чувствами, эмоциями, личным и коллективным жизненным опытом. Думается, что это тип человека-интроверта.

**4. Драконы.** Дракон, или крылатый змей с орлиными лапами, объединяет в себе змею и птицу, дух и материю. Это противоречивый символ, означающий необузданную природу и живительную силу, силы добра и зла одновременно<sup>7</sup>. У кельтов дракон являлся героическим персонажем, символизирующим способность внушать ужас, а также непобедимость, и, следовательно, независимость<sup>8</sup>. Мы считаем, что те, кто выбрал орнамент с изображением дракона, выражают свою способность быть лидером-«героем» и использовать силовые модели поведения.

**5. Бабочки.** В настоящее время в символике бабочки преобладает значение беззаботного существа, символизирующего чистую радость<sup>9</sup>. Мы считаем, мотив бабочек связан с беззаботностью, легким отношением к жизни, возможно, с поиском в жизни «красивого». В моделях поведения это может проявляться в виде непунктуальности, безответственности, но и коммуникабельности, доброжелательности, мобильности.

**6. Летящие птицы.** Названных птиц различных пород мы объединили в орнамент под названием «летящие птицы». Символика птиц в разных культурах в целом имеет позитивное значение и связана с чистотой, любовью, верностью, часто мудростью<sup>10</sup>. К. Г. Юнг считает, что полеты снятся людям, мыслящим нереально, имеющим завышенное самомнение, планирующим грандиозные проекты без опоры на реальные возможности<sup>11</sup>. С этой точки зрения, выбор мотива птиц может означать мечтательность, своего рода «маниловщину» в моделях поведения.

**7. Сотворение мира.** Этот мотив мы также ввели самопроизвольно, потому что, как нам кажется, миф о сотворении мира занимает одно из центральных мест в системе коллективного бессознательного. Мы считаем, что выбравшие мотив «сотворение мира» ищут гармонию в жизни и проявляют в моделях поведения вдумчивость, рассудительность, уравновешенность.

**8. Головы драконов.** Мотив «головы драконов» несет ту же символику, что и «драконы», но, на наш взгляд, выбравшие этот орнамент предпочитают использовать в моделях поведения более продуманные силовые решения, по сравнению с «просто драконами», т. е. осуществлять «интеллектуальное лидерство».

**9. Собаки.** Символическое значение собаки в разных культурах в целом позитивно. Соба-

ка олицетворяет бдительность, преданность и храбрость<sup>12</sup>. Мы считаем, что собаки — стайные животные с жесткой иерархией отношений в стае. На наш взгляд, выбравшие мотив собаки — это коллективисты, желающие понимать свое место в «стае» и строящие свое поведение в соответствии с занимаемым местом.

**10. Скрещенные сабли.** Символика такого рода оружия сводится к дуальному понятию жизнь-смерть<sup>13</sup>. Оружие вообще, а холодное в особенности — это очень «мужская» вещь. Мы думаем, что символика сабель заключена в использовании жестких, силовых, типично мужских, моделей поведения. К. Юнг понимал под мужскими моделями восприятие жизни как череды препятствий, которые нужно брать штурмом, проявляя героическую волю и решимость<sup>14</sup> (с «саблей наголо»).

**11. Сердце.** Сердце является совершенным образом любви как силы, связующей дуальность мира. С сердцем связана любовная символика, поскольку любовь предстает как основополагающая духовная ценность<sup>15</sup>. Мы

считаем, что у выбравших мотив сердца существует потребность в любви, и это отражается в формировании типично гендерных моделей поведения.

**12. Кошки.** Кошка является священным животным у многих народов. Почти повсеместно кошка символизирует хитроумие, сообразительность, внимательность, независимость, чувственную красоту, способность перевоплощения. В своем негативном значении символизм кошки связан с коварством, распутством, неразборчивостью в связях<sup>16</sup>. Мы думаем, что те вытесненные, греховные в религиозном представлении желания человека, которые реализует кошка, связали ее образ с образом зла. Выбор мотива кошек может быть связан с проявляющимися в моделях поведения качествами: самостоятельность, независимость, эгоизм. Мы думаем, что это тип человека-индивидуалиста.

В таблице мы отобрали подсчитанные в процентном соотношении результаты экспресс-анкетирования.

Таблица

## РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПРЕСС-АНКЕТИРОВАНИЯ

Орнамент	Название орнамента	Количество выбранных орнаментов, %				
		1 курс	2 курс	3 курс	4 курс	общее значение
1	Тройная звезда	3	13	6	8	7
2	Лилии	21	21	27	22	22
3	Морской мир	—	—	4	2	1
4	Драконы	19	11	6	10	12
5	Бабочки	7	11	22	18	14
6	Летящие птицы	5	5	6	4	5
7	Сотворение мира	2	7	—	2	3
8	Головы драконов	9	11	6	8	8
9	Собаки	10	5	6	2	6
10	Скрещенные сабли	10	4	8	4	7
11	Сердце	7	7	2	16	8
12	Кошки	7	4	6	6	6

Анализ результатов экспресс-анкетирования демонстрирует ряд тенденций и позволяет сделать следующие выводы:

1. Чуждые для аудитории символы получили минимальное количество голосов (морской мир, сотворение мира).

2. «Христианские» ценности одобряют подавляющее число студентов (востребованность мотива лилии).

3. Коллективистов (собак) столько же, сколько индивидуалистов (кошек), что соответствует закону нормального распределения и Гауссовой кривой<sup>17</sup>.

4. Тенденция к возрастному уменьшению востребованности мотива собак говорит о том, что в процессе развития личности формируются индивидуальные качества человека.

5. Тенденция к увеличению востребованности мотива бабочек на более старших курсах говорит о более легком восприятии жизни, чем у младших. Вероятно, это связано с усилением независимости от старших, требующих дисциплины и больших трудовых затрат.

6. Прослеживается выраженная тенденция к уменьшению уровня агрессии на более старших курсах в пользу выбора более гибких, окрашенных индивидуальностью моделей поведения.

7. Значительное повышение интереса к мотиву сердца на старших курсах говорит о стремлении повзрослевших людей воспроизводить типично гендерные модели поведения, как в личной, так и в профессиональной деятельности.

8. Тенденция к увеличению востребованности мотива звезды на старших курсах говорит о повышении потребности в достижениях и, видимо, социальном признании.

9. Скачки отдельных показателей на отдельных курсах свидетельствуют об особенностях каждой отдельной аудитории. Возможно, присутствие сильного лидера, формирующего ценностные ориентиры. Можно предположить здесь и связь с социальными процессами, протекавшими в обществе в пе-

риод формирования у ребенка определенных психологических установок.

Следует обратить внимание, что восприятие и генерирование символов имеет корни в индивидуальных особенностях конкретной личности, и поэтому каждый отдельный символ необходимо рассматривать в контексте общего символического ряда человека. Тем не менее, мы думаем, что подобные исследования могут помочь в организации работы в определенной, и не только студенческой, аудитории.

<sup>1</sup> Рошаль В. М. Энциклопедия символов. М. : АСТ; СПб. : Сова, 2007. С. 172.

<sup>2</sup> Юнг Карл Густав, фон Франц М.-Л., Хендерсон Дж. Л., Якоби И., Яффе А. Человек и его символы. М. : Медков С. Б., «Серебряные нити», 2006. С. 75

<sup>3</sup> Кошлякова М.О. О тотеме и тотемной символике // Вестник МГУС, 2007. 2 (2). С. 10–12.

<sup>4</sup> Рошаль В. М. Энциклопедия символов. С. 189.

<sup>5</sup> Там же. С. 763.

<sup>6</sup> Там же. С. 930–933.

<sup>7</sup> Там же. С. 344–347.

<sup>8</sup> Хайнц С. Символы кельтов. СПб. : Издательство «ДИЛЛЯ». 2006. С. 25–29.

<sup>9</sup> Рошаль В. М. Энциклопедия символов. С. 792.

<sup>10</sup> Там же. С. 802.

<sup>11</sup> Юнг Карл Густав, фон Франц М.-Л., Хендерсон Дж. Л., Якоби И., Яффе А. Человек и его символы. С. 44.

<sup>12</sup> Рошаль В. М. Энциклопедия символов. С. 901.

<sup>13</sup> Там же. С. 257.

<sup>14</sup> Юнг Карл Густав, фон Франц М.-Л., Хендерсон Дж. Л., Якоби И., Яффе А. Человек и его символы. С. 138.

<sup>15</sup> Рошаль В.М. Энциклопедия символов. С. 308

<sup>16</sup> Там же. С. 866.

<sup>17</sup> Панасюк, А. Ю. Вам нужен имиджмейкер?: Или о том, как создавать свой имидж. М. : Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации: Дело. 2001. С. 140.