

Татьяна Жданова

# СМЫСЛ ЖИЗНИ

 ЕГО МАРКЕТИНГ

*Стратегия второй трети жизни*

Издание второе, доработанное

ArtHuss 

Киев • Издательство «ArtHuss» • 2020

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

# Оглавление

На самом деле .....	8
Зачем решения .....	9

## СМЫСЛ ЖИЗНИ...

Ловушка стабильности .....	12
Денис Деменко и живая часть книги .....	14
Культура взросления .....	15
<i>Сценарии взросления</i> .....	16
<i>Мономиф. Путешествие героя</i> .....	17
Страхи .....	22
<i>Страх смерти. Смысл смерти</i> .....	23
<i>Страх свободы, страх решать</i> .....	25
<i>Страх одиночества</i> .....	25
<i>Страх без-смыслия</i> .....	26
Отношения с будущим .....	27
Ценности .....	28
<i>Что такое ценности?</i> .....	28
<i>Почему состояния?</i> .....	28
<i>Как проявить ценности-состояния?</i> .....	34
<i>Если вы – сотрудник/сотрудница корпорации</i> .....	38
<i>Если вы – предприниматель/предпринимательница со своими клиентами и партнерами</i> .....	38
<i>Возможно ли проявить свои ценности, читая эту книгу?</i> .....	39
Ценностные пары и устойчивые решения .....	41
<i>Свобода    Ответственность</i> .....	42
<i>Стабильность    Развитие</i> .....	44
<i>Боль    Любовь</i> .....	46
<i>Пары и внутренние конфликты</i> .....	49
Немного волшебства .....	50
Кто клиент? .....	51
<i>Социокультурные группы – культурная гравитация</i> .....	51
<i>Рынок</i> .....	55

<i>Название</i> .....	56
<i>Ценностный клей</i> .....	56
<i>Доверие</i> .....	57
<i>Как увидеть и назвать свою социокультурную группу?</i> .....	57
Клиентские ряды .....	60
Где будут жить мои причины? .....	68
<i>Добавляем уровни реальности</i> .....	74
<i>Решения в динамике</i> .....	75
Миссия. Просто сложное решение .....	76
<i>Если в основе потребности</i> .....	76
<i>Если в основе ценности</i> .....	79
<i>Предназначение</i> .....	79
<i>Служение</i> .....	80
<i>Как решать про миссию?</i> .....	81
<i>Родовой миф и миссия — гипотеза</i> .....	83
<i>Подытожим</i> .....	84
Образ. Идентичность. Метафора себя .....	85
<i>Абстрактные метафоры</i> .....	88
<i>Литературные метафоры</i> .....	88
<i>Исторические метафоры</i> .....	88
<i>Примеры</i> .....	89
<i>Метафора и архетип</i> .....	91
<i>Литературные метафоры — лучшее решение</i> .....	93
<i>Еще раз про роли</i> .....	95
<i>Полезные вопросы</i> .....	96
<i>Денис раскрывает метафору «Панда Кунг-фу»,     а Панда раскрывает Дениса и его бизнес</i> .....	98
Взаимосвязь образа и стиля .....	106

## ...и его маркетинг

Манифест gravitation marketing .....	110
Что такое стратегия .....	111
<i>Целостность</i> .....	112
<i>Последовательность</i> .....	113
<i>Адекватность</i> .....	113
<i>Смелость</i> .....	114
<i>Парадоксальное мышление</i> .....	114
Позиционирование .....	115

<i>Позиционирование как динамический процесс во времени</i> .....	118
<i>Объекты позиционирования</i> .....	120
<i>Примеры позиционирования разных объектов</i> .....	121
<i>Логика. Позиционирование как цепочка решений</i> .....	123
<i>Клиенты</i> .....	124
<i>Найти, занять и держать позицию</i> .....	125
<i>Неочевидное</i> .....	127
<i>Позиционировать нас может любой внешний значимый субъект</i> .....	127
<i>Несколько позиций</i> .....	128
<i>С чем путают позицию</i> .....	128
<i>Дизайн как инструмент позиционирования</i> .....	130
<i>Чего не стоит поручать креативщикам?</i> .....	130
<i>Метафора процесса</i> .....	132
<i>Решения Дениса на основе его персонального мифа, метафоры и бизнес-контекста</i> .....	134
<i>Продуктовая политика</i> .....	137
<i>Пять признаков продукта</i> .....	139
<i>Гибридные продукты</i> .....	141
<i>Проекция ценностей на продуктовую политику. Пример</i> .....	142
<i>Бизнес-модель</i> .....	144
<i>Выгоды в матрице</i> .....	149
<i>Ценовая политика</i> .....	154
<i>16 неочевидных моментов</i> .....	155
<i>Как сформулировать собственную ценовую политику?</i> .....	162
<i>Возможный алгоритм</i> .....	163
<i>Итого</i> .....	166
<i>Коммуникации</i> .....	167
<i>Коммуникации как история — персональный, корпоративный миф</i> .....	169
<i>Как мономиф выглядит в реальной жизни?</i> .....	170
1. <i>Два мира: привычный и иной</i> .....	170
2. <i>Зов как кризис</i> .....	171
3. <i>Граница</i> .....	172
4. <i>Внешние и внутренние изменения</i> .....	174
5. <i>Конфликты</i> .....	174
6. <i>Кульминация и трансформация, метафорическая смерть</i> .....	176
7. <i>Возвращение домой — уйти, чтобы вернуться</i> .....	179
8. <i>Искушение привычным</i> .....	180
<i>Проекция с ценностей на принципы коммуникации</i> .....	180
<i>No fate</i> .....	181
<i>Метамесседж</i> .....	182

<i>Саморазвивающиеся истории, вторые роли</i> .....	183
<i>Причины и следствия</i> .....	184
<i>Каналы коммуникаций</i> .....	184
<i>Что не так с персональным брендингом</i> .....	186
Продажи? Покупки? .....	188
<i>Что делать, если продукт не продается?</i> .....	189
<i>Продавцы</i> .....	190
<i>Аутсорсинг продаж как норма, но пока не у нас</i> .....	191
<i>Ритм продаж</i> .....	193
<i>Стратегия непродж</i> .....	193
Устойчивость решений .....	195
<i>Яонимы</i> .....	196
<i>Терпение больше не добродетель</i> .....	199
<i>Жертва — не подвиг</i> .....	199
<i>Вина</i> .....	201
<i>Выбор отношения к сложности</i> .....	201
<i>Время думать и время делать</i> .....	204
Тактика .....	206
Колея → окоп → могила .....	208
«Неважная опора» .....	209
Деятельная пауза .....	210
Разрешите себе потупить .....	211
Место жительства .....	212
Технологии .....	213
Целостность — наибольший вызов .....	214
Обратная связь спасет мир .....	215
Сюжетное терпение .....	216
Деньги и бренд — следствие .....	217

## Эпилог

Хорошие новости .....	219
Спасибо .....	220
Ссылки к QR-кодам примечаний .....	222
Ссылки к QR-кодам разговоров с Денисом .....	223

## На самом деле...

На самом деле я искала не смысл, а радость.

Эта книга — финал моей личной истории, начавшейся кризисом идентичности, как у многих из нас в возрасте 35+. Если до тридцати пяти нам вполне хватает энергии, амбиций и азарта охоты за клиентами, деньгами, впечатлениями, то затем становится скучно и невозможно тратить время на то, что перестало быть важным. Я чувствовала себя заложницей зарплат и обязательств, и мне хотелось вернуть утраченную радость, предвкушение будущего, свежесть открытий. Иначе следующей проблемой стало бы здоровье. И я решила: да, вернуть.

Оказалось, что у решения про радость сильные соперники: некупленные дом и вещи, путешествия, стабильность, благополучие семьи. И страшные союзники: скука, бессмысленность, смерть, кризис. Зато когда решение принято — и союзники, и соперники отдают тебе энергию.

10 лет назад я назвала бы книгу «Персональный брендинг». Но не сейчас. Бренд — плохая цель и отличное следствие целостности, смелости, адекватности и последовательности. И поэтому здесь будет мало о самопрезентации и много о культуре взросления и принятии устойчивых решений; о том, как «заточить на радость» дизайн профессиональной жизни, включая клиентов, бизнес-модель, позиционирование, продукт и его цену. Чтобы и деньги, и энтузиазм одновременно. А бренд — как побочный эффект. Если нужно.

## Зачем решения

Вопросы человека взрослеющего требуют не ответов, а решений. Формирования и принятия решений про себя. Рынок ответов (сценариев успеха, правил МВА, экспертных советов, хьюман дизайна, астрологии, нумерологии, наставлений бабюшек, библейских заповедей, родительских советов) обширен, но это всегда ответы, не решения. Ответы годились для XX века, но в двадцать первом интенсивно и интересно живет тот, кто решает.

Сегодня мы больше и «быстрее» связаны. Мир хрупче, природа уязвимее, будущее пугает. Репутация все важнее, идентичность все сложнее. Количество инстаграм-подписчиков весомее научной степени. Место жительства уже не постоянно, приватность тает. Ежедневно появляются новые профессии и отмирают старые, и ваша — в том числе умрет или изменится. И нормально, что на волне перемен и потрясений мы хотим устойчивости, ради которой нужно пройти через сложность познания себя. Потому что стать лучшей версией себя невозможно, не став для начала собой.

Сегодня один из главных вызовов взрослых — страх и необходимость решать. Притом, что решать всегда считалось свободой, привилегией, ответственностью и правом лидеров. У которых подрастает конкурент — искусственный интеллект. Нейросети будут самообучаться и решать вместо людей — нас, которые всего этого хотят и боятся одновременно.

# СМЫСЛ ЖИЗНИ...

---

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)



Посмотрим на жизнь как на роман, сагу, сериал. Начало у большинства одинаковое: детский сад, начальная школа, старшие классы, институт-универ... Даже Иисус, Мухаммед, Авраам, Конфуций и Сиддхартха до определенного момента жили-как-все.

Предвестники «этого» начинаются в 25–30.

Перестают зажигать чужие шаблоны успеха. Чувствуется смутный импульс — сделать иное, иначе, но мы зачастую просто «улучшаем» — меняем работу, делаем бизнес, обзаводимся семьей, появляется ребенок... У кого-то еще и еще один ребенок... Переезжаем в другую страну, меняем работу... Пожалуй, это естественно, вино должно побродить, а энергия — накопиться.

В 35+, когда всё на первый взгляд отлично — дом, дети, карьера, свой бизнес или, напротив, ничего не получилось — все это вдруг теряет вес. Особенно привычная профессия. «Я устал/устала/ненавижу финансы, маркетинг, IT, HR, PR, педагогику, психологию, юриспруденцию, строительство, дизайн, продажи, рекламу... Но так страшно идти в новое», — думаем мы. И одновременно хотим качества каждого дня, раздражены рутинной и ищем утерянный кураж: мотивацию, свой, новый или просто какой-нибудь смысл под ритм внутренних часов.

## Ловушка стабильности

*Все круче поднимаются ступени,  
Ни на одной нам не найти покоя;  
Мы вылеплены божьей рукою  
Для долгих странствий, не для косной лени.  
Опасно через меру пристраститься  
К давно налаженному обиходу;  
Лишь тот, кто в силах с прошлым распротиться,  
В себе спасет начальную свободу.*

ГЕРМАН ГЕССЕ

Чем умнее и талантливее человек, тем большую сложность способен он нагородить, обустроивая жизнь. Занимать высокую позицию в международной компании и вести видеоблог. В будни работать финансовым директором, а по выходным водить людей в горы. Заниматься юридической практикой и между делом обустроить квартиру и офис так, что архитекторы нервно курят. Иметь несколько бизнесов и при этом путешествовать девять месяцев в году... Круто, да? Но нет.

Люди из приведенных примеров — реальные. В прошлом они сделали выбор в пользу стабильности. И отказались от риска неопределенности. Каждый (каждая) из них по разным причинам не любят свою работу. Но делают ее ради денег. И увлечения вот этих конкретных много успевающих людей восполняют душевные силы. Но при этом забирают остатки времени. Причина такого внутреннего разрыва кроется в отношении к деньгам и работе. Мы получили ее в наследство из аграрной, индустриальной и советской эпох. На работе принято пахать, трудиться, мучиться. Наши родители считали, что есть работа и есть жизнь. Радость, как правило, была за пределами работы, в жизни. И потому нам действительно сложно пересмотреть свое отношение к соотношению радость/деньги.

Как будто есть что-то постыдное в том, чтобы заниматься делом, которое нравится, да еще и за деньги. И нечто благочестивое в том, чтобы тяжело трудиться, сцепив зубы.

Как будто деньги — компенсация за мучения. А на том, что приносит радость, зарабатывать стыдно. И только как

СМЫСЛ ЖИЗНИ...

хобби безопасно. Но без внутреннего разрешения на хорошо оплачиваемое профессиональное счастье талантливый человек обречен на двойную жизнь. И никакие демотиваторы, афоризмы, аффирмации и примеры великих эту тенденцию сломать не помогут, кроме столь «сложного» решения и следующего за ним реального поступка: оценить по достоинству и сделать основным занятием свой талант, хобби, вдохновение. Назначить цену. Продавать тем, кто ценит, но не ради денег (деньги-то как раз следствие), а ради счастья делать то, что любишь.

Стабильность неплохо, но устойчивость лучше.

# Денис Деменко

## И ЖИВАЯ ЧАСТЬ КНИГИ

Уважаемый читатель! В книге «Смысл жизни и его маркетинг» две части: концептуальная и живая, диалоговая. В «живой» части нас будет сопровождать диалог с Денисом Деменко — коллегой-маркетологом, который решил освоить подход, излагаемый тут, в применении к себе и своему бизнесу. Познакомились мы в Минске, на конференции по территориальному маркетингу в июне 2013-го. Тогда агентство Дениса — воронежская компания «VarioBrands» выиграла сразу несколько призов за айдентику заповедников. Через год было создано Агентство развития природных территорий «За\_Природу», фокусом работы которого стала системная работа по территориальному брендингу и маркетингу природных дестинаций. До 2017 года мы поддерживали и профессиональный, и дружеский контакт. И когда начали переписку по запросу Дениса «на смысл», то поняли, что наши диалоги могут стать частью книги. И потому решили не переходить на видео, остались в мессенжере Facebook. Денис смотрел одноименный видеокурс часть за частью, после чего мы обсуждали и углубляли его гипотезы. Тем из вас, кто планирует использовать описанный в книге подход в собственной профессиональной практике, диалог поможет прояснить тонкие нюансы gravitation marketing. Диалоги идут параллельно главам, проясняя их содержание через уточняющие вопросы и решения Дениса. Наведя камеру смартфона на QR код, вы попадете на нужную веб-страницу.

СМЫСЛ ЖИЗНИ...



*Переписка с Денисом,  
фаза 0.0 — скука*

# Культура взросления

## Как не потерять себя во второй трети жизни

*Вселенная состоит из историй, не из атомов.*

МЮРИЭЛ РАКЕЙЗЕР

В романе Вернора Винджа «Конец радуг»<sup>1</sup> описывается относительно недалекое будущее (2025 год) сквозь призму опыта поэта Роберта Гу, которого благодаря новейшим медицинским технологиям исцелили от болезни Альцгеймера в 75 лет и вдобавок омолодили. Роберту необходимо адаптироваться в новом мире (технический прогресс существенно его изменил), и он садится за парту в Фермаунской средней школе, где подростки и подобные Роберту технологически отставшие взрослые учатся совместно. Герой пробует продолжить заниматься писательством, найти единомышленников среди сверстников, и в ходе драматичных событий, спровоцированных технологическим прогрессом и сопротивлением традиционалистов, наконец, понимает, что необратимо изменился в своей сути, потеряв поэтический дар, но открыв способности в области новых технологий. И что перед ним снова стоит выбор: куда жить?

И мы с вами там будем. Посмотрим на себя из 2045 года. Многие из нас сменят несколько профессий, а некоторые изобретут собственные. Мы будем учиться у жизни всю жизнь, это станет новой нормой. Если примем, что проблема не в неумении, а в нежелании пересекать границы непознанного. В страхе открываться для новых навыков и эмоций, выбирать и решать. В лени изучать, вникать. Новое не просто для восприятия. Вначале оно раздражает, как обновление привычного интерфейса, а с годами и вовсе начинает пугать. Но научная фантастика поможет подготовиться.

<sup>1</sup> «Конец радуг» (англ. «Rainbows End») — роман Вернора Винджа в жанре научной фантастики с элементами сатиры, написанный в 2006 году. «Конец радуг» стал лауреатом премии «Хьюго» и «Локус» в 2007 году.

## Сценарии взросления

Принятие решений — привилегия взрослого. Вокруг говорят о развитии и личностном росте, лидерстве и эволюции, но молчат о взрослении, взрослеть пока не модно.

Проблему обостряет и то, что у нас, в Восточной Европе, пока не сформировалась культура профессионального развития. Советские алгоритмы в нынешней экономике не реализуемы, азиатские не знакомы, и пока нам достаются лишь заимствованные сценарии из жизни западного мира, который привык в первую очередь строить карьеру: наращивать базу знаний и развивать компетенции. Чаще всего сценарии успеха мы получаем через кино и художественную литературу, реже встречаются «сториз» от первого лица в виде книг. Для того чтобы подобные книги и фильмы случились, герой должен прожить свой опыт и «упаковать» его в виде произведения. И на момент выхода книги или фильма эти ролевые модели можно считать уже устаревшими. Кроме того, продолжительность жизни растёт — поколение X удивится дополнительным 20 годам активной жизни, которые подарят нам сила воли, ЗОЖ и медицина. Да, знания все доступнее, но связи все сложнее. Успех переходит к тем, кто умеет коммуницировать и работать с большей сложностью: более длинными проектами, более сложными структурами, гибридными бизнес-моделями, отношениями, рынками, технологиями. Наступающий мир всегда сложнее предыдущего, и в нём иная героика. Можно строить его, можно познавать и обустраивать построенный кем-то вместо/до тебя, а можно воспользоваться стратегией страуса, засунув голову в песок привычного. Смена и освоение миров в первой трети жизни — лишь подготовка к испытаниям второй трети, жизни «между страшно и скучно».

Откуда брать мудрость для взросления, если знания и сценарии так быстро устаревают? Ответ — универсальные структуры. И одна из важнейших — мономиф.

## Мономиф. Путешествие героя

Ниже мы видим структуру истории, которая называется «Путешествие героя». Структура разработана Кристофером Воглером<sup>2</sup> на основе исследований Джозефа Кэмпбелла,<sup>3</sup> который ввел в профессиональный словарь мифологов термин «мономиф».<sup>4</sup>



Схема достойна пристального изучения, ибо так мы живем, вернее «упаковываем прожитое». Обернувшись в прошлое, мы увидим, что уже прожили и еще проживем несколько подобных путешествий, каждое из которых можно уложить в описанную Кэмпбеллом логику из семи ключевых элементов:

1. Два мира и граница между ними.
2. Внешний круг (сюжет).
3. Внутренний круг (изменения героя).
4. Конфликт.
5. Кульминация.
6. Трансформация.
7. Возвращение домой.

<sup>2</sup> Кристофер Воглер — голливудский продюсер, наиболее известный как автор руководства для сценаристов «The Writer's Journey: Mythic Structure for writers».

<sup>3</sup> Джозеф Джон Кэмпбелл — американский исследователь мифологии, наиболее известный благодаря своим трудам по сравнительной мифологии и религиоведению.

<sup>4</sup> Понятие «мономиф», или «единый миф» впервые использовал Джозеф Кэмпбелл, заимствовавший термин из романа Джойса «Поминки по Финнегану». Под мономифом он понимал единую для любой мифологии структуру построения странствий и жизни героя. По его мнению, в любом из известных нам мифов герой проходит одни и те же испытания, один и тот же жизненный путь.

\* Стилизация рисунка из книги Кристофера Воглера «Путешествие писателя».

КУЛЬТУРА  
ВЗРОСЛЕНИЯ

<sup>5</sup> Карл Густав Юнг — швейцарский психиатр, основоположник одного из направлений глубинной психологии — аналитической психологии.

<sup>6</sup> Искушение привычным есть не в любой истории. Это замеченная мною опция, воспринимайте ее как гипотезу.

<sup>7</sup> Если это фэнтези, то тамашние миры только для нас непривычны, а для героев фэнтези нет ничего обыденнее.

<sup>8</sup> Нео — главный герой «Матрицы».

<sup>9</sup> Князь Мышкин — главный герой романа Достоевского «Идиот».

Следуя за Юнгом,<sup>5</sup> Кэмпбэлл исследовал истории разных времен и народов и пришел к выводу, что структура любой истории, вероятно, укоренена в глубинах человеческой психики, так как любое повествование укладывается в схему, которую он назвал «Мономиф». Название подчеркивает, что большинство повествований, независимо от места возникновения, проходит одинаковые стадии: привычный мир — инициация (пересечение порога) — череда испытаний — решающая битва и трансформация — победа — возвращение в обычный мир — искушение привычным<sup>6</sup> — изменение привычного мира новым собой.

Исследователь выдвинул гипотезу, что мономиф — это путь взросления личности. В миллионах увлекательных историй разных народов и культур личность героя созревает, взрослеет и совершенствуется, проживая внутренние конфликты.

Кроме структуры, исследователи выделяют определенные сюжеты развития событий: от четырех (Борхес) до семи (Кристофер Букер), и даже до 36 (Жорж Польти) вариаций.

Рассмотрим мономиф с примерами из известных нам произведений. «Топография» истории обычно включает два мира: привычный и иной. Действие начинается в привычном мире, где герой — обычный человек. Начало «Войны и мира», «Идиота», детективов Дарьи Донцовой, романов Джейн Остин, сценариев «Матрицы», «Гарри Поттера», «Шрека», «Золушки», «Звездных войн» на высоком уровне абстракции одинаково: жил-был обычный человек, мальчик, девочка, девушка, гоблин, котенок, старик и старуха в обыкновенном, нормальном, привычном мире.<sup>7</sup> Порой повествование начинается с яркого события в середине истории, но со временем автор все равно возвращает нас к началу.

Довольно быстро мы видим, как привычный мир начинает потрескивать — и сквозь его метафорические трещины герой слышит зов. У кого-то это зов приключений (Гарри Поттер, Золушка, Фауст), у кого-то — тревожащие сигналы (камень, странные гости в доме Нео<sup>8</sup>), фото неизвестной красавицы (князь Мышкин<sup>9</sup>), трагедия (смерть отца и брата главного героя «Храброго сердца»).

Этот этап означает начало перемен в жизни героя, и как следствие — другое, неожиданное героем, будущее. Герой



пересекает границу привычного мира и вступает в иной мир, полный неопределенностей и конфликтов между привычным и новым. В пограничье путешественника часто встречается Привратник — Местный, Страж, Потусторонняя сущность, Мудрец, его характер зависит от сюжета. Баба Яга, Соловей-разбойник, Сфинкс... Хагрид для Гарри Поттера, Фея для Золушки. Пересечение порога, границы, рубикона можно считать инициацией, особенно если страж порога сопротивляется, и для перехода его нужно победить. Но переход границы миров — лишь начало. Пройдя череду испытаний, герой подходит к кульминации истории — решающей битве.

И в ней обычно сталкивается с противником, олицетворяющим Тень — те аспекты личности, которые не мог в себе принять. Поэтому практически всегда результатом решающей битвы являются смерть и воскрешение. Реальные смерть и воскрешение в новом качестве — в случае истории Иисуса Христа и Гарри Поттера — или метафорические смерть и воскрешение.

Термин «тьень» обозначил и сформулировал Карл Густав Юнг: «Мы постоянно узнаем о себе что-то новое. Год за годом открывается нечто такое, чего мы раньше не знали. Нам всякий раз кажется, что вот теперь-то нашим открытиям наступил конец, но этого никогда не будет. Мы продолжаем обнаруживать в себе то одно, то другое, порой переживая потрясения. Это говорит о том, что всегда остается часть нашей личности, которая по-прежнему бессознательна, которая по-прежнему находится в становлении. Мы не завершены, мы растем и изменяемся. Хотя та будущая личность, которой мы будем когда-то, уже присутствует в нас, просто она пока что остается в тени. Это подобно бегущему кадру в фильме. Будущая личность не видна, но мы движемся вперед, где вот-вот начнут вырисовываться ее очертания. Таковы потенциалы темной стороны эго. Мы знаем, какими мы были, но не знаем, какими станем!»

Принято трактовать тень как негативное, но это неверно. Тень — просто то, с чем лично я не могу себя соотнести. И часто это прекрасное, чему мы в себе не верим. Не верим, что красивы, сильны, умны, свободны, креативны, женственны или мужественны. Не верим в свою уникальность

и особенность, в способность сказать «нет» и «да» чему-то или кому-то.

Момент метафорической смерти — кульминационный. Смерть означает, что определенные части личности, представления, элементы картины мира или характера героя должны «умереть» в битве внутреннего конфликта между ценным и ценным. Вследствие этого происходит ключевая трансформация личности. На то он и герой, чтобы нести привычному миру новые ценности, модели поведения, таким образом решая проблему, возникшую в начале истории. Примеры таких битв: доктор Стрэндж<sup>10</sup> раз за разом принимает проигрыш (то, чего боялся и избегал в привычном мире) — и так выигрывает бой за человечество. Шрек<sup>11</sup> целует Фиону, будучи уверенным, что после этого она станет красавицей, а он несчастным, но Фиона остаётся чудовищем («Шрек» — постмодернистское прочтение «Красавицы и Чудовища»). Нео принимает свою избранность, в которую не верил (мы видим смерть убеждения с риском для жизни) — и разрушает программный код агента Смита.

Мономиф учит нас, что стоит пересекать границы привычного и нового; что реальность всегда будет иной, чем ждешь; что в кульминации совершается выбор; и что без смерти нет трансформации, а без трансформации нет взросления, нет нового «я».

В литературе и публицистике герой пересекает границу миров всегда, иначе история не состоится. Согласитесь, в реальной жизни пересечения порога зачастую не происходит. Мы не любим смены правил игры, нам жалко энергии, времени и денег на освоение нового, пугают испытания и риск проигрыша, роль новичка. Глубоко внутри гнездится первородный страх — самый первый телесный, неосознанный, и оттого еще более страшный опыт рождения, которое тоже является пересечением границы миров: с одной стороны, теплая, мягкая матка, с другой, — теснота, боль, жесткий свет и режущий легкие воздух. Встречаясь впоследствии с подобными ситуациями, мы чувствуем желание отказаться от пересечения миров.

Израильский мыслитель, богослов Пинхас Полонский<sup>12</sup> однажды сказал: «Старость — это неспособность пройти

<sup>10</sup> Доктор Стрэндж — герой одноименного фильма кинокомпании «Марвел».

<sup>11</sup> Шрек — главный герой одноименного мультфильма.

<sup>12</sup> Пинхас Полонский (при рождении Пётр Ефимович Полонский, род. 11 февраля 1958, Москва) — израильский исследователь иудаизма, популяризатор иудаизма.