

Міфологічний тип — стійка модель *персонажа*, що втілює фундаментальні стани людського *буття* та природні сили в структурі міфологічного *нарративу*.

Загальна характеристика

Кожен міфологічний тип виконує не лише оповідну, а й когнітивно-моделювальну функцію, забезпечує трансляцію *норм* поведінки, уявлень про *причиновість* та *ієрархію* буття від покоління до покоління.

На відміну від *літературного героя*, міфологічний тип цілковито детермінований своєю функцією в космогонічному процесі (див. *Космогонія*) та символічною цілісністю *міфу*. Він не підлягає психологічному розвитку, йому невластиві внутрішні сумніви чи конфлікти, а його дії випливають винятково з ролі, приписаної міфологічною системою.

Міфологічні типи генетично пов'язані з архаїчними *ритуалами* та *соціальними інститутами*, як-от *ініціація* чи *сакралізація* влади. Їхня структура залишається незмінною в різних культурах світу, що дозволяє класифікувати їх за функціональними ознаками — креативною, деміургічною, медіаторною, деструктивною або регенеративною. Ця універсальність стала підґрунтям для *порівняльної міфології* та структуралістських досліджень.

Головні міфологічні типи

До основних категорій міфологічних персонажів належать:

Деміург (грец. δημιουργός, букв. — той, хто виготовляє речі для народу; звідси — майстер, ремісник, творець; від δῆμος — народ, та ἔργον — робота, справа) — тип персонажа, який у міфології постає безпосереднім творцем елементів *космосу*, небесних світил, біологічних видів та людини. Так, у вавилонському космогонічному епосі «*Енума Еліш*» деміургічні функції реалізує *Мардук*, який творить світ із тіла вбитої богині *Тіамат*. У скандинавській міфології *Одін* та його брати формують світ з тіла велетня *Іміра*. У давньоєгипетській системі *Птаг* творить світ через слово, тоді як *Хнум* ліпить людей на гончарному крузі. У розвинених міфологіях деміург часто є *іпостассю* верховного *божества* або розумною волею, що впорядковує первісний *хаос*. Наприклад, у платонівському

діалозі «Тімей» Деміург не створює *матерію* з нічого, а надає їй форми, взоруючи на вічні зразки — *ейдоси*.

Культурний герой — архаїчний тип персонажа, що є посередником між богами та людством. Він часто не належить цілком ні до світу богів, ані до світу людей, перебуває у межовій, сакрально небезпечній зоні. Його головна функція — сакралізація культурного простору через здобуття (для людей) вогню, винайдення знарядь праці, запровадження шлюбних законів та релігійних *обрядів*. До його функцій також належать навчання *землеробству, скотарству, медицині та ремеслам*. Наприклад, шумерський бог *Енкі* дарує людям цивілізаційні навички, а китайських легендарних правителів Суйженя, Шеньнуна та *Хуанді* потрактовано як культурних героїв, які винайшли спосіб розведення вогню, плуг, *календар і писемність*. Часто герой діє шляхом викрадення сакральних об'єктів у богів. Класичний приклад — *Прометей*, що викрав вогонь з *Олімпу*, за що був покараний. Мотив «викрадення вогню» також трапляється у міфах про полінезійського Мауї, Ворона (міфологія *індіанців* Північної Америки) та ін.

Трикстер (від англ. *trickster* — шахрай, спритник) — амбівалентний тип персонажа, демонічно-комічний *антипод* культурного героя. У багатьох традиціях ці ролі сполучені в одному персонажі, як-от Ворон чи павук Анансі та божество Ешу (у західноафриканській традиції). Така подвійність підкреслює *діалектику* культурного поступу: будь-який порядок виникає через порушення попереднього. Трикстеру властива деструкція соціальних і моральних *табу*, схильність до *метаморфоз*, підступність та *іронія*. Він також постає втіленням *еротизму*, але водночас є джерелом життєвої сили. У скандинавській міфології *Локі* є батьком хтонічних чудовиськ (вовка *Фенріра*, змія *Йормунганда*, богині *Гель*), а внаслідок метаморфози (перетворення на кобилу) — матір'ю восьминогого коня *Слейпніра*. Трикстер не є втіленням абсолютного *зла*; він радше репрезентує непередбачуваність буття та необхідність руйнації старих структур задля народження нових. Класичними прикладами такого типу є античний *Гермес*, індіанський Койот, персонаж гавайської міфології Каулу.

Тип *божественних близнюків* втілює міфологічну ідею *дуалізму* та *бінарних опозицій* (світло — пітьма, життя — смерть, корисне — шкідливе). Генетично вони пов'язані з культом родючості та розщепленням єдиного першопредка. Часто один із близнюків виконує деміургічну функцію, а інший — трикстерну або деструктивну, як-от Іоскеха та Тавіскарон у міфах *ірокезів*. У розвинених системах вони стають символами *гармонії* чи небесної протекції, напр., грецькі *Діоскури* (Кастор і Полідевк) або давньоіндійські вершники Ашвіни (див. *Близнюкові міфи*).

Жіночі міфологічні типи репрезентують багатогранність природи та *соціальних ролей*, фокусуючись на аспектах творення, збереження та руйнації. Це простежують від *артефактів* верхнього *палеоліту* — у фігурках т. з. палеолітичних Венер, де акцентовані *атрибути* материнства поєднано з відсутністю обличчя (маркує деперсоналізацію персонажа та пріоритет репродуктивної функції). Центральним є *архетип* Великої Матері (Матері-Землі), що втілює родючість, джерело життя та безумовний захист, але водночас має грізну іпостась, пов'язану зі смертю й поглинанням (див. *Богиня-мати*). Найвиразніше таку *амбівалентність* репрезентують індуїстська *Калі* — одночасно дарувальниця і пожирателька життя; фригійська *Кібела* — володарка хижих звірів та нестримних сил природи; грецька *Деметра*, чий розпач і гнів через викрадення *Персефони* припиняють ріст усього живого на землі.

Окрему трансформацію архетипу репрезентує *Геката* — трилика богиня-стариця, що персоніфікує лімінальні стани, нічну темряву та *некрмантію*. Її образ маркує перехід від репродуктивної фази Великої Матері до фази поглинання та магічного панування над *потойбіччям*. Геката постає володаркою роздоріж, де сакральна влада над смертю та *чаклунством* — фінальний етап життєвого циклу жіночого міфологічного типу.

Тип Діви-воїтельки, як-от *Афіни* чи *амазонки*, втілює автономність, стратегічний інтелект та активну захисну функцію, чим деконструює традиційні патріархальні норми. Афіна народжується з голови *Зевса* у повному озброєнні, минаючи материнське тіло, що детермінує її лояльність до патріархального порядку. Натомість *амазонки*, за міфами, вдавалися до

ампутації правої груді задля стріляння з лука та вступали в статеві стосунки з чужинцями лише раз на рік для продовження роду, що маркує радикальний розрив з традиційною матрицею материнства.

Осібне місце посідає тип жінки-спокусниці, або демонічної жінки (*Ліліт, Кірка*), яка через магічну силу чи красу постає ініціаторкою випробувань для героя, втілюючи небезпеку непізнаного та стихійного. У пізніх міфологічних системах ці типи часто трансформуються на образи богинь-покровительок *полісів* (Афіна-Поліада або Гера Аргоська), а їхні культу інтегрують полісні та мілітарні *атрибути*. Згодом вони трансформуються на персоніфікації моральних чеснот: римську Віртус (Мужність), грецьку Софросюне (Стриманість) або християнські алегоричні фігури Справедливості та Милосердя, генетично пов'язані з античними божествами долі, справедливості та світового порядку.

Наукове осмислення

Наукове осмислення міфологічних типів пройшло шлях від алегоричного тлумачення до структурно-психологічного аналізу. Кожну зміну *парадигми* супроводжувало переосмислення самого поняття *міфу*: від раціоналізованого історичного *переказу* до глибинної матриці мислення.

У 19 ст. представники натуралістичної школи, як-от М. Мюллер та А. Кун, розглядали персонажів як солярні або метеорологічні *метафори*. Антропологічний підхід Е. Тайлора та Дж. Фрейзера змістив акцент на зв'язок типів із *ритуалом* та стадіями розвитку людства. Тайлор обґрунтував теорію *анімізму*, вивівши міфологічні типи з універсального одухотворення природи (анімізму). Фрейзер у «Золотій гілці» показав, як образи богів, що помирають і воскресають (*Аттис, Адоніс, Осіріс*), виростають з *аграрних культів*. Революційним став внесок К. Г. Юнга, який інтерпретував міфологічні типи як репрезентації архетипів — структурних елементів *колективного несвідомого*, спільних для людської *психіки* незалежно від культури. За Юнгом, ці архетипи (Тінь, Аніма, Мудрий Старий, Велика Мати) ніколи не сприймаються

безпосередньо, а завжди ретранслюються через конкретних міфологічних персонажів, тому міфи стають універсальним явищем.

У 20 ст. Дж. Кемпбелл у праці «Тисячолікий герой» обґрунтував концепцію *мономіфу*, довівши універсальність шляху героя та його оточення. К. Леві-Стросс застосував метод *структурної антропології* для виявлення логічних опозицій, закладених в основі формування цих типів. Згідно з його методом трансформаційної антропології, міфологічні типи є не особливими персонажами, а сукупностями (пучками) диференціальних ознак, як-от «сакральне/профанне», «культура/природа», «життя/смерть». Згадані елементи трансформують свої значення в різних варіантах того самого міфу, виявляючи несвідому структуру первісного мислення.

У масовій культурі та комунікації

У сучасному соціокультурному просторі міфологічні типи зазнають реактуалізації — свідомого чи напівсвідомого використання архаїчних структур у нових *дискурсах*, часто без референції до сакрального контексту. Вони адаптуються до запитів *масової культури* та медійного середовища. Архетипові структури активно експлуатує індустрія *коміксів* і *кінематографа*, як-от медіавсесвіти «Марвел» (англ. Marvel) чи «Ді-Сі» (англ. DC, акронім від англ. Detective Comics — детективні комікси), де супергерої функціонують як неоміфологічні культурні герої та деміурги. Тоні Старк (Залізна Людина) втілює технодеміурга, який створює зброю, а потім кається і використовує її для захисту людства. Тор (як і Локі) безпосередньо запозичений з германсько-скандинавської міфології. Бетмен постає синтезом героя-месника й темного трикстера, що діє поза законом задля вищої справедливості. Капітан Америка — класичний культурний герой, що сакралізує демократичні цінності через військовий подвиг.

У політичному дискурсі та *піар-технологіях* міфологічні типи використовують для конструювання *іміджів* лідерів, напр., тип «батька нації» — як проєкція Великого Батька або «бунтаря» — як трикстера. Це дозволяє апелювати до ірраціональних рівнів *суспільної свідомості*. Харизматичні політики часто

свідомо або підсвідомо використовують мотиви «викрадення вогню» (обіцянки радикальних реформ), «перемоги над хтонічним чудовиськом» (маркування опонента як втілення загрози) та «повернення додому» (риторика відновлення втраченої величі).

Рекламна комунікація та *брендинг* також спираються на міфологічні типи для створення емоційної лояльності споживача, вдаються до *фетишизації* товарів як магічних *артефактів*. Автомобіль у рекламі постає як міфічний засіб трансформації водія на архетип Шукача. Цифрові пристрої подають як чарівні *амулет*, що дають владу над *інформацією*, а люксові бренди одягу експлуатують образ богині або небесного захисника для легітимації високої ціни.

Отже, міфологічні типи залишаються дієвим інструментом структурування соціальної *реальності* та смислотворення в умовах *постмодерну*. Постмодерн, однак, додає до цього процесу специфічну гру: навмисне розмивання, гібридизацію (напр., трикстер у ролі культурного героя), іронічне цитування та *деконструкцію*. Це робить *міфологічну свідомість* ще більш гнучкою та всепроникною.

Література

- # Eliot A., Campbell J., Eliade M. The Universal Myths: Heroes, Gods, Tricksters, and Others. New York; London : Meridan Books, 1990. 289 p.
- # Леві-Строс К. Міф та значення // Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. М. Зубрицької. 2-ге вид., допов. Львів : Літопис, 2001. С. 446–462.
- # Фрай Н. Архетипний аналіз: теорія мітів // Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. М. Зубрицької. 2-ге вид., допов. Львів : Літопис, 2001. С. 142–172.
- # Еліаде М. Священне і мирське. Міфи, сновидіння і містерії. Мефістофель і андрогін. Окультизм, ворожбитство та культурні уподобання / Пер. Г. Кьорян, В. Сахна. Київ : Основи, 2001. 592 с.
- # Von Hendy A. The Modern Construction of Myth. Bloomington : Indiana University Press, 2002. 386 p.
- # Павлюк Л. С. Знак, символ, міф у масовій комунікації. Львів : ПАІС, 2006. С. 89–103.
- # Конюхов С. В., Бедернічек Д. Ю., Шлома О. Ю., Василюшин О. М. Міф як засіб маніпуляції в рекламі ЗМІ // Наукові записки. 2011. № 3 (36). С. 127–131.
- # Юнг К. Г. Архетипи і колективне несвідоме. Київ : Астролябія, 2024. 608 с.