

Оглавление

Предисловие	7
-------------------	---

Часть 1. Психоанализ как метапсихология

Глава 1. Основные концепции психоанализа Зигмунда Фрейда	12
---	-----------

Фрейд, гипноз и свободные ассоциации	12
Глубины бессознательного (топографическая модель)	14
Толкование сновидений	17
Влечения и их судьба	23
Стадии психосексуального развития	27
Теория нарциссизма	32
Я и Оно (структурная модель)	36

Глава 2. Психоанализ культуры и общества	41
---	-----------

Зигмунд Фрейд о происхождении культуры и религии	41
Массовая психология	46
Культура против влечений	50
Психоанализ литературы и искусства	56
Агрессия и стремление к превосходству в творчестве Альфреда Адлера	61
Коллективное бессознательное Карла Юнга	64
Путь героя Отто Ранка	69
Психоанализ, марксизм и Вильгельм Райх	73
Социальный психоанализ Гарри Салливана и Эриха Фромма	78

Часть 2. Теория и практика клинического психоанализа

Глава 3. Современные школы психоанализа	88
--	-----------

Психоанализ как развивающаяся система	88
Кляйнианское направление	91
Теория объектных отношений	98
Концепция внутренней реальности Д. Винникотта	99
Клинико-экспериментальные исследования Рене Спитца	104
Теория эмоциональной привязанности Джона Боулби	106
Теория сепарации-индивидуации Маргарет Малер	108
Школа Анны Фрейд	112

Эго-психология	118
Эпигенетическая теория Эрика Эриксона	119
Эго-психология и проблема адаптации в творчестве Хайнца Хартманна	126
Психология самости Хайнца Кохута	128
Интегрированный подход Отто Кернберга	132
Глава 4. Психоаналитическая психотерапия	137
Психоанализ как метод лечения неврозов	137
Перенос, сопротивление и контрперенос	146
Организация и техника психоаналитической психотерапии	154
Психоаналитическая семейная терапия	158
Часть 3. Прикладной психоанализ	
Глава 5. Психоанализ больших и малых групп	174
Основные понятия прикладного психоанализа	174
Феномен групповой культуры	187
Мифодизайн	198
Харизматический лидер	208
Мотивационный анализ	212
Глава 6. Психоаналитические идеи в рекламе	221
По ту сторону принципа реальности	221
Технологии глубинного рекламного воздействия	228
Символическая наполненность рекламных образов	241
Приложения	
ПРИЛОЖЕНИЕ К ЧАСТИ 1. Датированный список психоаналитических работ З. Фрейда	250
ПРИЛОЖЕНИЕ К ЧАСТИ 2	254
Диагностическое интервью	254
Структурное интервью	255
Клинико-психологическое исследование супружеских пар	257
ПРИЛОЖЕНИЕ К ЧАСТИ 3. Словарь символов	264
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	274