

**Вершинина Надежда Александровна**

**Перевозкин Сергей Борисович**

## **ЛИЧНОСТНЫЕ КОРРЕЛЯТЫ АРХЕТИПИЧЕСКИХ ОБРАЗОВ**

*Аннотация.* Статья посвящена проблеме изучения архетипических образов личности, как детерминант межличностного взаимодействия, понимания и личностного развития. Теоретическое изучение концепта «архетип» свидетельствует о его трансформации от глубинного неуловимого образа к психологическому феномену, связанному с личностными особенностями субъекта, что и послужило целью исследования. Изучение личностных коррелятов архетипических образов осуществлялось посредством корреляционного анализа г-Спирмена на выборке подростков и взрослых (N = 300 человек в возрасте от 15 до 40 лет). В качестве методов исследования были выбраны опросник 16 PF Р. Кэттелла и «Двухфакторных изображений тест» Ю. М. Перевозкина, С. Б. Перевозкин, Н. В. Дмитриева. Результаты исследования показали, что архетипические образы имеют устойчивые личностные характеристики, согласующиеся с теоретическими представлениями аналитической психологии. Таким образом, анализ взаимосвязи архетипических образов и личностных особенностей высвечивает возможности в обеспечении оценки поведения личности, связанной с конкретным архетипическим образом, что позволяет эффективно осуществить прогнозирование и коррекцию бессознательных процессов, происходящих в человеческой психике и проявляющихся в сложном духовно-символическом выражении.

*Ключевые слова:* архетипы, архетипические образы, доминант, личностные особенности, корреляция.

**Vershinina Nadezhda Aleksandrovna**

**Perevozkin Sergei Borisovich**

## **PERSONAL CORRELATES OF ARCHETYPIC IMAGES**

*Abstract.* The article is devoted to the problem of studying archetypal images of personality, as determinants of interpersonal interaction, understanding and personal development. Theoretical study of the concept of “archetype” indicates its transformation from a deep elusive image to a psychological phenomenon associated with the personality characteristics of the subject, which served as the purpose of the study. The study of personal correlates of archetypal images was carried out by means of a correlation analysis of

---

**Вершинина Надежда Александровна** – доктор педагогических наук, доцент, профессор кафедры педагогики и андрагогики, ГБУ ДПО «Санкт-Петербургская академия постдипломного педагогического образования», wernadya@mail.ru, Санкт-Петербург, Россия

**Перевозкин Сергей Борисович** – кандидат психологических наук, доцент кафедры общей психологии и истории психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», per@bk.ru, Новосибирск, Россия

**Vershinina Nadezhda Aleksandrovna** – Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Pedagogy and Andragogy of the St. Petersburg Academy of Postgraduate Pedagogical Education, wernadya@mail.ru, St. Petersburg, Russia

**Perevozkin Sergei Borisovich** – Candidate of Psychological Sciences, Associate professor in Department of General Psychology and History of Psychology at the Novosibirsk State Pedagogical University, per@bk.ru, Novosibirsk, Russia

r-Spearman on a sample of adolescents and adults (N = 300 aged 15 to 40 years). As the research methods were selected questionnaire 16 PF R. Cattell and «Two-factor images test» Y.M. Perevozkina, S.B. Perevozkin, N.V. Dmitiriev. The results of the study showed that archetypical images have stable personal characteristics that are consistent with the theoretical concepts of analytical psychology. The analysis of the relationship of archetypical images and personality traits highlights the possibilities for providing an assessment of the behavior of an individual associated with a specific archetypal image, which makes it possible to effectively predict and correct unconscious processes occurring in the human psyche and manifest themselves in complex spiritual and symbolic expression.

*Keywords:* archetypes, archetypical images, dominants, personality traits, correlation.

Проблемы исследования архетипических оснований личности продиктована особенностями современной культурной и социальной ситуацией развития общества, которая характеризуется, с одной стороны, влиянием западных норм на формирование традиций и норм поведения российского гражданина; с другой стороны, утратой части национальных традиций, что обуславливает трансформацию имеющихся ценностных ориентиров. В этой связи происходит размывание определенных стереотипов культурного поведения, имеет место хаотичная социокультурная активность. Это детерминирует проблемы во взаимодействии, межличностном понимании, личностном развитии и т. д.

Анализ скрытых внутренних мотивов поведения человека и выявление принципов и механизмов формирования древнейших психических доминант приобретает в этом случае непреходящее значение. При этом необходимо обращение к более древним категориям, позволяющим восполнить утраченные стереотипы поведения и выступающим основополагающими ориентирами для построения адекватной картины мира субъекта. Такими категориями являются архетипы – первообразы содержащие в себе коллективные представления о феноменах внешнего и внутреннего психического мира, отражающие бесчисленные переживания одного и того же типа, являющиеся структурными элементами души. Архетипы можно назвать культурными стереотипами всего человеческого наследия, которые передаются из поколения в поколение посредством различных культурных кодов: поведение родителей, сказки, мифы, литературные произведения, мультфильмы, художественные фильмы, реклама, компьютерные игры и т. д.

В последние десятилетия феномен архетипа привлекает к себе постоянное внимание исследователей. Бессознательные структуры, впервые были описаны К. Г. Юнгом и получили дальнейшее теоретическое осмысление в работах Дж. Кэмпбелла, Э. Ноймана, М. Элиаде и др. [17; 8; 10; 15]. Анализируя природу архетипа, исследователи рассматривают его как первичный фактор, реализующий универсальные модели восприятия, мышления и поведения.

Проблема заключается в том, что архетип представляет собой «вещь в себе», «чистую форму» и, следовательно, недоступен для непосредственного исследования. Однако он обладает потенциалом организовывать психические содержания человека и его поведение. Косвенные суждения о действии архетипа могут быть высказаны на основании его продуктов, возникающих в индивидуальной психике, – архетипических образов (снов, видений, патопсихологических симптомов и др.).

Операционализацией архетипа, доступной для наблюдения и исследования, описанной самим К. Г. Юнгом, является архетипический образ [17]. Отпечаток архетипа на индивидуальной психике в виде сновидения, образа, художественной идеи

или патопсихологического симптома находится в предметном поле психологии и при этом может указывать на то, о влиянии какого из архетипов в настоящий момент идет речь. Систематизация архетипических образов, характерных для того или иного народа или человеческой цивилизации в целом, позволяющая получить представление об архетипе индуктивным путем, происходит на стыке целого ряда гуманитарных дисциплин: истории, культурологии, искусствоведения, лингвистики и др.

В первое десятилетие XX в. работы З. Фрейда зафиксировали психоанализ в качестве нового подхода к пониманию и интерпретации психических процессов [13]. Произведенное в этих работах разграничение сознания, предсознательного и бессознательного определило «правила игры» для всех последователей З. Фрейда. Суть предложенной схемы сводилась к тому, что сумма опыта человека подразделяется на: 1) содержания, осознаваемые им в текущий момент времени; 2) архив воспоминаний, к которым индивид в любой момент может обратиться; 3) «законсервированное» хранилище, в повседневной жизни недоступное своему обладателю. Современные исследователи психодинамического направления психологии, противопоставляя З. Фрейда К. Г. Юнгу, указывают на индивидуальный характер бессознательного у первого. Отчасти это верно: для З. Фрейда бессознательное – это, по преимуществу, опыт фрустраций и травм конкретного индивида и способов, позволяющих их преодолевать. Однако ядро невротического конфликта, согласно З. Фрейду, очень типично. Формулируя свое знаменитое тождество «невротик = ребенок = дикарь», З. Фрейд явно подразумевает, что обозначаемые этими ярлыками психические паттерны принципиально сходны у всех людей. Более того, некоторые из них настолько сильны, что формируются у ребенка, даже если противоречат его личному травмирующему опыту (см. смещение страха кастрации с женской фигуры на мужскую в случае «Человека-волка»). В этой связи З. Фрейд предполагает, что некоторые, ключевые бессознательные компоненты личности носят надиндивидуальный характер. Эта идея универсальных для той или иной культуры или семьи (рода) элементов была развита и значительно углублена последователями З. Фрейда. Так, в своих работах К. Г. Юнг начинает сначала оперировать понятием «эмоциональный комплекс», который затем перерастает в категорию «архетип» (archetype) – бессознательные универсальные образы или символы, обуславливающие возникновение определенных мыслей, чувств и поведения относительно объекта или ситуации [17]. L. J. Kirmanе сравнивает архетип с мифом, утверждая, что те и другие детерминированы социальными процессами, принимают социальную форму в результате взаимодействия индивида и общества [22]. Статья В. В. Зеленского позволяет исправить высказанное в ряде кратких определений не вполне точное утверждение об инстинктивной природе архетипа [7]. В действительности инстинкт представляет собой только аналогию архетипа, поскольку так же детерминирует направление поведения индивида, является ориентировочной и унаследованной формой, реализуемой в конкретных действиях каждого человека. С точки зрения автора, архетип может рассматриваться в качестве регулятора психической жизни, а связи между архетипами и инстинктами может рассматриваться в виде взаимодействия разума и тела.

Таким образом, мы можем выделить несколько ключевых характеристик, присущих архетипу. Архетип – это образ или символ, существующий вне индивидуальной психики. Контакт с ним врожденный и продолжается в течение всей жизни человека, что, возможно, обусловлено биологически. Сами по себе архетипы неиз-

менны. Однако, взаимодействуя с ними, индивидуальная психика порождает архетипические образы, отличающиеся большим разнообразием.

Архетип представляет собой «вещь в себе», «чистую форму» и, следовательно, недоступен для непосредственного исследования. Однако он обладает потенциалом организовывать психические содержания человека и его поведение. Косвенные суждения о действии архетипа могут быть высказаны на основании его продуктов, возникающих в индивидуальной психике, – архетипических образов (снов, видений, патопсихологических симптомов и др.). В рассмотренных определениях упоминается, что архетип может представлять собой как персонажа истории (например, Великая мать), так и его действия или обстоятельства, в которых они происходят (например, Ночное путешествие на лодке). Однако чаще всего под архетипами подразумевается небольшой перечень «ролей», «персонажей», а также несколько олицетворяющих различные «инстанции», аспекты психической жизни человека: Мать, Отец, Ребенок, Герой, Дева, Ведьма, Трикстер, Стрик, Старуха [1; 2].

Перейдем к рассмотрению основных точек зрения на проблему упорядочения архетипов, выделения их классов, категорий, а также попыток создания схем и моделей, объясняющих их взаимоотношения с личностными характеристиками. Согласно мнению М. Марка и К. Пирсона, с одной стороны, каждый из архетипов отражает какой-то момент, мгновенную фотографию процесса: 1) подготовку к основному действию, появление, генезис самого объекта; 2) совершение движения, развитие объекта, приобретение им новых качеств; 3) синтез прежнего и нового, возвращение в ту же точку, но уже на новом уровне, как при движении по спирали [9]. С другой стороны, а точнее, в другом измерении, лежат связанные с архетипами мотивации: риск и мастерство, стабильность и контроль, а также принадлежность и обладание, независимость и самореализация. А. В. Чернышов делает на этом направлении еще один шаг вперед [14]. Основываясь на контент-анализ 145 народных сказок, автор приходит к выводу о возможности выделить 12 архетипов древности, специфичных для русского коллективного бессознательного. Каждый из них соответствует одному из классического списка М. Марка и К. Пирсона. Автор подразделяет архетипы по степени популярности. К доминирующим относятся Карнавал и Верность (и соответствующие им архетипы древности); к распространенным – Любовь, Магия, Мудрость, Поиск; к достаточно распространенным – Забота, Творчество, Бунт и Героизм; к наименее распространенным – Власть и Простота. Согласно А. В. Чернышову, архетипы также обладают «средством» к той или иной половозрастной категории и могут влиять на характеристики содержащего их рекламного сообщения (оценка, запоминаемость и т. д.).

Тема архетипической «нагрузки» эффективного рекламного текста или ролика, восходящая к М. Марку и К. Пирсону и развитая А. В. Чернышовым, имеет целый ряд сторонников в отечественной науке. Так, Е. А. Петрова в своей работе неявно указывает на деление архетипов по признаку характера той «мифологической ситуации», которая в них задана [12]. Речь идет или об отдельном герое («архетипические образы-персонажи»), или о сюжетном ядре повествования («архетипические сценарии»). Согласно автору, в современной рекламе чаще всего эксплуатируются архетипы Мужского и Женского, Разрушения, Смерти и Возрождения. Кроме того, Е. А. Петрова указывает на ряд сказочных сюжетов, которые также можно отнести к этой группе: «Аленький Цветочек» (преображающее взаимодействие счастливого и несчастного субъектов), «Золушка» (встреча с суженым благодаря волшебному подарку), «Волшебный помощник», «Избежание опасности», «Умный и Глупый».

Самыми важными в рекламном дискурсе архетипическими образами-персонажами автор считает Героя и Трикстера. Исследование Xi Yuhua богини Шу демонстрирует, что в своей доминирующей традиционной форме она представляет женский архетип, который включает как женские (доминантные), так и мужские (комплементарные) черты [26]. Н. В. Дмитриева с коллегами определяют категориальные оси архетипического пространства в рекламе, которые подразделяются на «Активность / Уверенность» и «Принадлежность / Искушению», актуализирующие у потребителя проявление архетипов, находящихся в обозначенном измерении и вызывающих у субъекта потребность приобретения соответствующего товара [5].

J. Beebe указывает на то, что восемь классических функций-отношений К. Г. Юнга (интуиция, логика, сенсорика и этика, существующие в экстравертированном и интровертированном вариантах) соотносятся с базовыми архетипами [19]. При этом архетипы организуются в две структуры, названные Базовой ориентацией и Теневой личностью. Каждому из четырех архетипов Базовой ориентации соответствует один из архетипов Теневой личности, причем, если в первом случае архетип был ассоциирован с экстравертированной функцией-отношением, во втором он соотнесен с интровертированной, и наоборот. Внутри каждой четверки элементы также противопоставлены друг другу попарно. Например, в базовой ориентации архетипы, репрезентируемые интровертированной интуицией и экстравертированной сенсорикой, лежат «по разные стороны баррикад». Целый ряд женских архетипов детально описан К. П. Эстес [16] и Дж. Ш. Болен [3], которые описывают, по сути, типичные образы богинь и выделяют три типа: богини-девственницы (как Артемида, Афина и Гестия), уязвимые богини (как Гера, Деметра и Персефона) и алхимические богини (как Афродита). Первый класс отражает самодостаточность, поглощенность делом; второй – семейные женские роли, ценность отношений, эмоциональной связи; третий – страсть, сексуальность, свободу. Ю. М. Перевозкина с соавторами предлагают несколько иную классификацию образов греческих богинь: Женщина-мать (Деметра), Домохозяйка (Гестия), Любовница (Афродита, Персефона), Роковая женщина (Персефона), Деловая женщина (Афина, Артемида) [1]. Они так же отмечают у детей младшего школьного возраста с высокой тревожностью повышенную идентификацию с архетипом Мудрой старухи [11]. Мотивация к учебе, согласно авторам, положительно коррелировала с проявлениями архетипа Мудрого старца и негативно – с тенденцией к доминированию Тени. Согласно С. Geils, у коренных жителей Африки в качестве метода исцеления в соответствии с африканским мировоззрением Атман проецируется на коллективное тело, предков как расширение живой группы, и целью исцеления является восстановление целостности посредством реинтеграции в коллективное тело [21]. Подразумевается, что добро и зло не объединяются в предках архетипа Самости, и, таким образом, зло находится за пределами коллективного сознания, в отличие от юнгианской психологии, в которой архетип Самости проецируется на индивидуума, а целью является диалог по оси эго-Самости. Работа с Самостью объединяет противоположности психики в индивидуальном сознании.

D. R. Wiener настаивает на том, что мир, в котором живут психотические пациенты, отчасти имеет мифологическую структуру [25]. Согласно этому автору, лучшее, что может сделать специалист для облегчения страдания этой категории больных – предпринять совместное с ними погружение и исследование их мифически-архетипического мира. N. Mindell подробно описывает архетипические аспекты психической жизни детей с онкологическими заболеваниями [23]. Автор приводит материал снов, образов, запечатленных на рисунках в связи с развитием и реконструкцией

личности, находящейся под постоянной угрозой смерти. Закономерным видится стремление использовать эту «пробивную силу» и в других видах деятельности, связанных с бессознательным, в первую очередь, в психотерапии. Так, в работе С. Е. Сагг дается положительная оценка клоунотерапии как интервенции, позволяющей активировать позитивные аспекты архетипического образа Трикстера [20]. Согласно автору, такое вмешательство позволяет пациенту увеличить доверие к окружающим и к собственной личности, развить спонтанность, конгруэнтность, готовность принять участие в игре, а также выразительность языка тела, «оживить» его, повысить толерантность к неопределенности и, наконец, получить доступ к соответствующим архетипу бессознательным содержаниям. Rose-Emily Rothenberg отмечает терапевтический эффект архетипа покинутого ребенка [24]. С точки зрения автора, только когда человек действительно одинок, у него актуализируется творческий потенциал.

Сдвиг оснований типологии от глубинно психологических к гуманитарным мы можем видеть в филологической работе Ю. В. Доманского [6]. Автор отмечает, что мотивы, возникающие в литературных произведениях, будучи связанными с архетипическими содержаниями, могут быть подразделены на следующие группы:

- 1) характеризующие природу, природные стихии, мироздание в целом;
- 2) описывающие жизненный цикл человека или какой-то из его этапов, критические, ключевые моменты человеческого бытия, основные категории, организующие время жизни;
- 3) указывающие на место человека в мире, в его пространстве.

Таким образом, проведенное выше теоретическое изучение концепта «архетип» свидетельствует о его трансформации от глубинного неуловимого образа к психологическому феномену, связанному с личностными особенностями субъекта. В этой связи цель эмпирического исследования тесно связана с двумя вопросами о существовании указанной связи и качественных ее характеристиках.

Методы исследования. Эмпирическая выборка исследования: студенты ФГБОУ ВО «НГПУ» и учащиеся 10–11 классов МАОУ гимназии № 11 «Гармония». Эмпирическая выборка составила 300 человек в возрасте от 15 до 40 лет. В качестве методов исследования были выбраны опросник «Шестнадцать личностных факторов» Р. Кэттелла (16 PF) и «Двухфакторных изображений тест» (ДИТ) Ю. М. Перевозкиной, С. Б. Перевозкина, Н. В. Дмитриевой. Изучение взаимосвязи осуществлялось посредством критерия ранговой корреляции г-Спирмена, так как признаки одной методики представлены в порядковой шкале.

**Результаты исследования и их обсуждение.** Полученные результаты демонстрируют наличие устойчивых взаимосвязей между выраженностью архетипических образов и личностных особенностей респондентов (табл.)

Таблица

**Взаимосвязь между архетипическими образами и личностными чертами (критерий г-Спирмена)**

Взаимосвязанные переменные	г-Спирмена	p-level
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Мать & Фактор E: «доминантность – подчиненность»	-0,50	0,001
Мать & Фактор I: «жесткость – чувствительность»	-0,44	0,004
Отец & Фактор C: «эмоциональная нестабильность – эмоциональная стабильность»	0,31	0,048

1	2	3
Отец & Фактор С: «эмоциональная стабильность – эмоциональная нестабильность»	0,31	0,048
Отец & Фактор Е: «экспрессивность – сдержанность»	0,39	0,010
Отец & Фактор I: «чувствительность – жесткость»	-0,33	0,030
Старуха & Фактор L: «подозрительность – доверчивость»	-0,46	0,002
Старуха & Фактор O: «тревожность – спокойствие»	0,52	0,000
Старик & Фактор M: «мечтательность – практичность»	-0,46	0,002
Старик & Фактор O: «тревожность – спокойствие»	-0,40	0,010
Старик & Фактор Q1: «гибкость – консерватизм»	-0,51	0,001
Дева & Фактор Q2: «нонконформизм – конформизм»	-0,43	0,004
Дева & Фактор Q3: «высокий самоконтроль – низкий самоконтроль»	0,51	0,001
Герой & Фактор A: «общительность – замкнутость»	0,36	0,020
Герой & Фактор M: «мечтательность – практичность»	0,49	0,001
Ведьма & Фактор H: «смелость – робость»	0,41	0,006
Ведьма & Фактор Q2: «нонконформизм – конформизм»	-0,37	0,016
Ведьма & Фактор Q3: «высокий самоконтроль – низкий самоконтроль»	-0,32	0,039
Трикстер & Фактор G: «высокая нормативность поведения – низкая нормативность поведения»	-0,42	0,006
Трикстер & Фактор Q2: «нонконформизм – конформизм»	0,35	0,021
Ребенок & Фактор F: «экспрессивность – сдержанность»	0,44	0,003

Респонденты, имеющие выраженность архетипического образа Матери, характеризуются такими личностными особенностями, как подчиненность, чувствительность, конформность ( $p < 0,05$ ). Это свидетельствует о том, что архетипический образ Матери может описываться через такие черты, как склонность занимать зависимую конформную позицию, быть послушным, зависеть от мнения окружающих, брать вину на себя. Наличие мягкости и утонченности обуславливает склонность избегания ситуаций связанных с проявлением враждебности и агрессии. Противоположный по полу архетипический образ Отца связан такими личностными особенностями, как эмоциональная стабильность, сдержанность и жесткость ( $p < 0,05$ ), что свидетельствует о соответствии этого образа высокому осознанию требований действительности, эмоциональному спокойствию в стрессовых ситуациях, что способствует хорошей социальной адаптации. Мужественность, жесткий расчет, склонность доверять разуму, а не чувствам обуславливают проявление честлоубия, стремление к контролю окружающих, отстаиванию лидерских позиций и самоуверенности.

Таким образом, оба архетипических образа согласуются с их теоретическими конструктами, представленными в работах К. Г. Юнга и его последователей, и отражают два гендерных прототипа поведения – мужского и женского, пожилые особенности которых воплощены в двух архетипических образах Старика и Старухи. Анализ полученных статистически значимых корреляций свидетельствует о доверчивом отношении и склонности проявлять заботу по отношению к окружающим людям свойственном этому образу. В сочетании с выраженной тревожностью,

сопровождающейся с подавленным настроением, может проявлять разочарование в людях, плохо справляться с жизненными трудностями, склонен к одиночеству при желании делиться своими чувствами и переживании с окружающими, испытывает потребность в заботе и внимании со стороны других людей. Пожилой архетипический образ мужского пола, отражающий мудрость сочетается с такими личностными чертами как практичность, спокойствие, высокий самоконтроль ( $p \leq 0,01$ ). Это характеризует универсальный образ Старика как руководящегося реальностью, ориентированного на решение практических вопросов, связанных с жизненными ситуациями, предпочитающего традиционные способы решения, устоявшиеся идеи и способы действия, склоненного к нравочению, уважающего традиции, в этой связи консервативного и ригидного.

Архетипические образы периода молодости подразделяются на две группы – имеющие созидательную социальную активность (Герой и Дева) и отражающие их теневую сторону в совокупности с разрушающей активностью (Ведьма и Трикстер). Дева характеризуется склонностью к зависимости, несамостоятельности, крайне социальна, нуждается в поддержке и одобрении группы, затрудняется в выборе собственной линии поведения, легко поддается чужому мнению, умеет хорошо контролировать свои эмоции и поведение, отличается организованностью и дисциплинированностью ( $p < 0,01$ ). Герой общителен и романтичен ( $p < 0,03$ ), он живо откликается на происходящие события, отличается богатым внутренним миром и воображением, готов к сотрудничеству, открыт и доброжелателен, склонен к оказанию помощи. Его полная противоположность – архетипический образ Трикстера связан с такими личностными качествами, как низкая нормативность поведения и нонконформизм с вероятностью ошибки менее 2 %. Это свидетельствует о сопутствующих этому образу аморальности, отсутствию усилий к выполнению общественных норм и требований, пренебрежении ими ради собственных интересов, непостоянстве, эмоциональной неуравновешенности и индивидуальности. Схожие характеристики имеет его женский праобраз – Ведьма, к которому еще добавляется экспрессивность, смелость и низкий самоконтроль ( $p < 0,04$ ). И последний архетипический образ Ребенка имеет всего одну значимую связь с экспрессивностью, что характеризуется беззаботностью, оптимистичной восторженностью; Ребенок не задумывается о будущем, склонен проявлять энтузиазм, любит развлечения, легкомысленен и безответственен ( $p = 0,003$ ).

**Выводы.** Таким образом, результаты исследования позволили сформулировать несколько важных следствий. Первое – архетипический образ, действие которого состоит в том, что он модифицирует представления и эмоции в соответствии с определенной схемой, связан с личностными особенностями.

Второе – взаимодействие архетипа и индивидуальной психики, проявляющееся в архетипических образах, может быть эксплицировано в виде «*архетипических оснований личности*» или «*архетипических детерминантах личности*». Полученные результаты позволяют зафиксировать тот факт, что такой концепт, как «архетип», открывает более глубокие основы и проблемы личности и ее социального контекста, вне диктата институциональных предрассудков.

Третье – анализ взаимосвязи архетипических образов и личностных особенностей высвечивает возможности в обеспечении оценки поведения личности, связанной с конкретным архетипическим образом, что позволяет эффективно осуществить прогнозирование и коррекцию бессознательных процессов, происходящих в человеческой психике и проявляющихся в сложном духовно-символическом вы-

ражении. Это способствует выявлению различных расстройств, ресурсных возможностей, проявляющихся при доминировании того или иного архетипического основания в структуре личности.

### Список литературы

1. Агавелян О. К., Агавелян Р. О., Перевозкин С. Б., Перевозкина Ю. М., Ганпанцурова О. Б. Влияние текста на предэкзаменационный стресс у студентов // Сибирский педагогический журнал. 2013. № 3. С. 213–217.
2. Агавелян О. К., Агавелян Р. О., Дмитриева Н. В., Перевозкин С. Б., Перевозкина Ю. М. Специфика проявления архетипических элементов у студентов гуманитарных профессий // Сибирский педагогический журнал. 2012. № 4. С. 197–204.
3. Болен Дж. Ш. Богини в каждой женщине. Новая психология женщины. Архетипы богинь. М.: София, 2007. 272 с.
4. Бутенко Н. А. Архетипические образы в русском этническом самосознании // Архетипы и архетипическое в культуре и социальных отношениях: материалы международной научно-практической конференции. Прага: Социосфера, 2010. С. 50–56.
5. Дмитриева Н. В., Перевозкина Ю. М., Перевозкин С. Б., Осколкова М. С. Категориальные оси восприятия рекламы // Управленец. 2013. № 3 (43). С. 31–35.
6. Доманский Ю. В. Смыслообразующая роль архетипических значений в литературном тексте. Тверь: Тверской гос. ун-т, 2001. 94 с.
7. Зеленский В. В. Аналитическая психология. СПб.: БСК, 1994. 324 с.
8. Кэмпбелл Д. Тысячеликий герой. М.; К.: Рефл-бук: АСТ: Ваклер, 1997. 384 с.
9. Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов. СПб.: Питер, 2005. 336 с.
10. Нойманн Э. Глубинная психология и новая этика. СПб.: Азбука-классика, 2008. 256 с.
11. Перевозкина Ю. М., Осколкова М. С., Беликова А. А., Алексеева О. Я. Исследование взаимосвязи архетипических образов и предпочитаемого цвета у младших школьников // Интеллект. Культура. Образование: материалы V Международной научной конференции с элементами научной школы для молодежи. 2012. С. 69–72.
12. Петрова Е. А. Реклама, сказки и архетипы // Рекламные идеи – Yes!. 1999. № 1. С. 41–44.
13. Фрейд З. Введение в психоанализ: лекции. М.: Наука, 1991. 456 с.
14. Чернышов А. В. Русские архетипы в брендинге и эффективность телерекламы: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Нижний Новгород, 2011. 32 с.
15. Элиаде М. Аспекты мифа. М.: Академический проект, 2001. 204 с.
16. Эстес К. П. Бегущая с волками. М.: София, 2009. 496 с.
17. Юнг К. Г. Душа и миф. Шесть архетипов. Минск: Харвест, 2004. 400 с.
18. Beebe J. Evolving the eight-function model // Australian Psychological Type Review. 2006. Vol. 8, № 1. P. 39–43.
19. Beebe J. Type and Archetype. Part One: The Spine and its Shadow // Typeface. 2007. Vol. 18, № 2. P. 8–12.
20. Carp C. E. Clown Therapy: The Creation of a Clown Character as a Treatment Intervention // The Arts in Psychotherapy. 1998. Vol. 25, № 4. P. 245–255.
21. Geils C. Jungian Analysts and African Diviners: An Exploration of the Archetype of the Self // Journal of Psychology in Africa. 2011. Vol. 21, № 3. P. 357–360.
22. Kirmayer L. J. Healing and the Invention of Metaphor: the Effectiveness of Symbols Revisited // Culture, Medicine and Psychiatry. 1993. Vol. 17. P. 161–195.
23. Mindell N. Children with Cancer: Encountering Trauma and Transformation in the Emergence of Consciousness // The Arts in Psychotherapy. 1998. Vol. 25, № 1. P. 3–20.
24. Rothenberg R. E. The Orphan Archetype // Psychological Perspectives. 2017. Vol. 60, № 1. P. 103–113.

25. *Wiener D. R.* Living Within Darkness: Psychiatric Survivors and the Protection of the Mythical Language // *The Arts in Psychotherapy*. 1998. Vol. 25, № 3. P. 167–181.

26. *Yuhua X. Shu:* Naxi Nature Goddess Archetype // *Gender, Technology and Development*. 2002. Vol. 6, № 3. P. 409–426.

