



На правах рукописи

Зарубко Елена Юрьевна

**Психосемантика обобщенных категорий
в межсубъектном взаимодействии**

Специальность: 19.00.01 – «Общая психология, психология личности, история психологии»

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Тюмень – 2010

Работа выполнена на кафедре общей и социальной психологии ГОУ ВПО «Тюменский государственный университет»

Научный руководитель - доктор психологических наук,
профессор
Доценко Евгений Леонидович.

Официальные оппоненты: доктор психологических наук,
профессор
Серкин Владимир Павлович,

доктор психологических наук,
профессор
Дементий Людмила Ивановна.

Ведущая организация - ГОУ ВПО «Российский государственный гуманитарный университет»

Защита состоится 9 декабря 2010 г., в 15-00 часов, на заседании диссертационного совета ДМ 212.298.17 в Южно-Уральском государственном университете по адресу: 454080, г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина, 76, ауд. 1001.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Южно-Уральского государственного университета (454080, г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина, 87, корпус 3д).

Автореферат разослан 09 ноября 2010 г.

Ученый секретарь



диссертационного совета

Ю.В. Всемирнова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность. Современная российская культура находится в состоянии межцивилизационного периода, которому свойственны утрата традиций и норм цивилизации, личная активность в осмыслении или осознанный отказ от поисков смысла в происходящем, экзистенциальный диалог, формирование новых форм цивилизации (А.В. Павлов, 1998). В силу отсутствия четко обозначенных культурных стереотипов поведения каждый получает полную свободу самовыражения и выбора, поиска смысла, что ведет к сложностям в понимании между людьми. Чтобы осуществить коммуникацию и достичь взаимопонимания, становится необходимым изучать *категории*, которые являются *основополагающими для культуры*. Такие категории служат ориентирами, на основе которых можно выстраивать систему ценностей, смыслов, отношений к миру. К числу таких категорий относится и категория «архетип», обозначающая предельные основания культуры, наиболее устойчивые, базовые ее первоэлементы (Е.А. Колчанова, 2006).

Среди авторов, использующих понятие «архетип», существуют разночтения в подходах к этому понятию: одни авторы трактуют архетип как тип научного познания, гносеологический инструмент, зависящий от сознания использующего его человека (Д.В. Анкин, 2003), другие считают архетип вневременным конструктом, обуславливающим мышление и поведение человека в определенную эпоху (М. Шелер, 1988, С.В. Вальцев 2004); одни авторы полагают, что архетип остается неизменным (А.А. Веремьев, 1996, А.М. Руткевич, 2001), другие, напротив, говорят об изменчивости архетипа (О.С. Осипова, 1998, А.А. Андреев, 2002). Чтобы содержательно и продуктивно изучать фрагмент реальности, для объяснения которой используется понятие «архетип», необходимо найти общие основания, согласовать разные подходы относительно этого понятия.

Степень научной разработанности проблемы. Понятие «архетип» активно обсуждается, и отношение к нему у серьезных исследователей порой весьма скептическое, тем не менее, термин «архетип» широко используется в различных областях науки и практики. Очевидна двусмысленность и неопределенность, связанная с использованием понятия «архетип». Понятие «архетип» стало предметом исследований в философии (А.А. Брудный, 1983, С.Я. Сендерович, 1997, С.А. Нижников, 2002, Т.И. Вендина, 2007, И.А. Есаулов, 2004), литературоведении

(Е.А. Козицкая, 1995, Е.В. Иванова, 1996, Ю.М. Доманский 1999, Н.Г. Урванцева, 2005 и др.), искусствоведении (А.В. Топоров, П.П. Кожин, 1998, И.А. Протопопова, 1998), семиотике (И.Б. Птицына, 2004). В *научной психологии термин «архетип» часто обходят стороной, считая его ненаучным понятием*, относящимся скорее к эзотерике. В работах К.Г. Юнга разных лет можно найти различные определения архетипа, которые в большей степени опирались на культурологический анализ, их психологический статус в основном декларировался и не подвергался прямому эмпирическому исследованию. В работах последователей К.Г. Юнга расширяется феноменология, описываются все более частные проявления архетипа, но само понятие архетипа остается нечетким. Исследователи ограничиваются тем, что берут определение архетипа у К.Г. Юнга, не проводя работу по уточнению понятия «архетип». Размытость в определении архетипа приводит к тому, что его используют в псевдонаучных работах эзотерического толка. В то же время термин «архетип» *широко используется в практической психологии*: в аналитической психологии (Дж. Хиллман 1996, Дж.Л. Хендерсон 1997, М.–Л. фон Франц 1997, И. Якоби 1997, А. Гуггенбуль-Крейг 1997); политической психологии (К.Г. Юнг 2004, А.А. Андреев, 2002, А. Цуладзе, 2000, А.А. Деркач, 2003); психологии рекламы (Е. Ухова, 2001, Г.Г. Почепцов, 2000, Е.В. Змановская, 2005, Б.Л. Борисов, 2001, Е. Петрова 2003, В.В. Тамберг, А.В. Бадьин, 2006, А.И. Иващенко 2006); организационной психологии (С. Hodgkinson, 1983, Й. Нойбергер, 2001, Р. Мохнес, 2006). Понятие «архетип» является удобным объяснительным инструментом, позволяющим взглянуть на проблемную ситуацию со стороны, найти глубинные основания затруднений, повысить уровень рефлексивности.

Поскольку научная психология не проводит исследования по разработке и уточнению понятия «архетип», практическому психологу приходится пользоваться работами Юнга семидесятилетней давности. Было бы ошибкой игнорировать то, что прижилось настолько, что уже порой бездумно воспроизводится в качестве технологии при проведении тренингов и при создании рекламного образа.

В условиях, когда академическая психология обходит термин «архетип» стороной, при изучении обыденного сознания ученые сталкиваются с феноменами, связанными с понятием «архетип». К таковым относятся исследования, посвященные прототипам (Э. Рош, 1973, Дж. Лакофф, 2004), инвариантам

(А. Вежбицкая, 1999), ядерным смыслом (Е.Ю. Артемьева, 2007, С.Д. Смирнов, 1985, В.В. Петухов, 1984). Е.Л. Доценко выделяет уровни образа мира, наиболее глубоким из которых является уровень прототипных схем, имеющих архетипическую природу. Ю.С. Белецкая указывает, что неосознанные представления об организационных межличностных отношениях имеют архетипические корни (Ю.С. Белецкая, 2003). В.В. Агейкина отмечает, что в основе организационной приверженности лежат универсальные прототипные схемы, имеющие архетипические истоки (В.В. Агейкина, 2008).

В настоящей работе исследуется, как в обыденном сознании категоризуются понятия, описываемые авторами (Е.М. Мелетинский, 1994, П.Я. Пропп, 1998 и др.) как универсальные, общечеловеческие. Предполагается, что обыденное сознание категоризует понятия так, что это напоминает архетипы: категория представляет собой взаимодействие универсальных фигур, объединенных одним сценарием.

Объект: структуры обыденного сознания, представляющие собой обобщенные категории.

Предмет: обобщенные категории обыденного сознания, соотносимые с понятием «архетип».

Цель исследования – выявить категориальные структуры сознания, корреспондирующие к психической реальности, обозначенной как архетипы.

Задачи:

1. Провести теоретический анализ и найти понятия, позволяющие изучать реальность, проявляющуюся в феноменах, для обозначения которых используется понятие архетипа.

2. Определить онтологический статус в психике человека категорий высокого уровня обобщений.

3. Обосновать адекватность применения психосемантического подхода к исследованию категорий обыденного сознания.

4. Создать необходимый инструмент исследования категорий обыденного сознания, который позволит выявить структуру семантических связей между категориями и установить их взаимное положение в семантическом пространстве, описывающем понятия высокого уровня обобщения.

5. Провести эмпирическое исследование категориальных структур обыденного сознания, чтобы прояснить соотношение между обобщенными категориями и архетипами.

6. Предложить теоретическое объяснение выявленным категориальным структурам сознания, описать их как коммуникативные универсалии, ориентировочную основу коммуникативной активности, которая распознается обыденным сознанием.

Теоретико-методологическая основа исследования.

Теоретической основой являются исследования, выполненные отечественными психологами в области субъективной семантики и работы, посвященные исследованию обыденного сознания (Е.В. Улыбина, 2001, Е.Л. Доценко, 2003, В.Ф. Петренко, 2005,) иерархического строения образа мира (А.Н.Леонтьев, 1983, В.В. Петухов, 1984, Е.Ю. Артемьева, Ю.К. Стрелков, В.П. Серкин, 1983). Важная роль отводится работам, описывающим связь иерархии уровней сознания и генезиса форм отражения (А.Г. Шмелев, 2002, В.Ф. Петренко, 2005, Ч. Осгуд).

Исследование опирается на работы, посвященные изучению категорий сознания: исследования прототипов (Э. Рош, 1973, Дж. Лакофф, 2004), инвариантов (А. Вежбицкая, 1999), ядерных смыслов (С.Д. Смирнов, 1981, В.В. Петухов 1984, Е.Ю. Артемьева, 2007).

Исследуется, как термин «архетип» используется в социокультурном пространстве: для объяснения политического поведения и адаптации людей в политической сфере, особенностей взаимодействия государства и граждан (А.А. Андреев, 2002, К.В. Арановский, 2003, М.Г. Тюрин, 2007, и др.), формирования самосознания и самоидентификации народа (К.О. Касьянова, 1994, С.А. Нижников, 2002, Ю.В. Вьюнов, 2005, И.Г. Пендикова, 2008 и др.). Важная роль отводится анализу использования «архетипа» в гуманитарных науках: архетип понимается как формирующая модель, базовая для культуры (С.Б. Киселева, 2002, Е.Г. Кабакова, 2001 и др.), первичная сюжетная схема литературного произведения (Ю.М. Доманский, 1999, В.В. Корона, 1999), ядро мифа (С.С. Аверинцев, 1991, И.Г. Пендикова, 2008). Важную роль играют иностранные исследования архетипов (S.E. Greenwood, 1990, H. Kawai, 1997, C. Essers & Y. Benschop, 2007, P. Moxnes, 2006, A. Stevens, 1989, E.A. Bardoel, T. Haslett, 2006).

Гипотезы:

1. Обобщенные категории представляют собой ядерные структуры обыденного сознания.
2. Архетип представляет собой конкретизацию обобщенных категорий применительно к сфере межсубъектного взаимодействия.
3. Структуры обыденного сознания, описывающие межсубъектное взаимодействие, соответствуют пониманию архетипа как состоящего из фигур/персонажей, объединенных сценарием.
4. Содержание актуализированных архетипов в обыденном сознании различается в зависимости от пола и возраста.

Методы. Общенаучные методы: теоретический анализ литературы, анализ ключевых понятий. На этапе уточнения понятия «архетип» применялся контент-анализ. В качестве средства сбора экспериментальных данных применялся метод классификаций. Полученные данные обрабатывались с помощью методов редукции размерности массива данных – факторного анализа. Для отбора стимульного материала в прямом и обратном эксперименте применялась экспертная оценка. На этапе обратного эксперимента с рисунками архетипов применялся метод опроса. Для последующей обработки данных опроса применялся метод контент-анализа.

Этапы исследования.

I этап – 2006–2007 гг. Анализ основных подходов к изучению обобщенных категорий, определение методологических основ изучения проблемы.

II этап – 2008 г. Теоретическое моделирование конструкта, постановка целей, задач исследования, формулирование гипотез, создание инструментария исследования обобщенных категорий, проведение пилотажного исследования.

III этап – 2009 г. Сбор, обработка, обобщение и интерпретация эмпирических данных по 1 этапу эмпирического исследования, посвященного классификации названий архетипов.

IV этап – 2010 г. Проведение 2-й части эмпирического исследования – прямой и обратный эксперимент с рисунками архетипов. Подведение итогов исследования, уточнение отдельных теоретических положений.

Эмпирическая база исследования. В эмпирических процедурах исследования приняли участие 250 человек. Из них 154 человека принимали участие в опросе по классификации архетипов, 42 человека принимали участие в создании ри-

сунков архетипов, 6 человек выступили в качестве экспертов, интерпретировавших результаты опроса по классификации архетипов и оценивавших рисунки, 44 человека участвовали в опросе по рисункам архетипов, 4 человека выступили в качестве экспертов по оцениванию словесных описаний рисунков.

Достоверность исследования обеспечивается методологической обоснованностью исходных теоретических положений, подбором методов исследования в соответствии с поставленными целями и задачами, репрезентативностью выборки, сочетанием количественного и качественного анализа полученных данных, использованием адекватных методов математической статистики и многомерного статистического анализа данных, сочетанием количественного и качественного анализа при интерпретации данных.

Научная новизна исследования.

Впервые соотнесены понятия обобщенных категорий и архетипа. Понятие архетипа приведено к виду, отвечающему критериям, предъявляемым к научным понятиям. Показано, что архетип является составляющей обыденного сознания и представляет собой конкретизацию обобщенных категорий в сфере межличностного взаимодействия. Предложено авторское определение, согласно которому архетип представляет собой имплицитную модель взаимодействия между универсальными деятелями. Показано, что архетип выступает в качестве ориентировочной основы коммуникативной активности. Выявлено онтологическое основание архетипа: архетип представляет собой схемы межсубъектного взаимодействия. Показано, что архетип выступает в качестве ориентировочной основы коммуникативной активности, позволяет организовать взаимодействие в разных ситуациях и в зависимости от этих ситуаций наполняется конкретным содержанием.

Теоретическая значимость исследования.

Доказано наличие архетипов как психической реальности обыденного сознания. Демистифицировано понятие архетипа, его научное понимание противопоставлено тому, что используется в работах эзотерического содержания.

Понятие архетипа было операционализировано – как в определении, так и в процедуре эмпирического доступа к структурам обыденного сознания. Описан подход к изучению архетипов научными методами. Предложены пути экспериментального изучения архетипов с помощью методов психосемантики.

Показано, что архетипы, актуализированные в обыденном сознании современного человека, зависят от социально-экономических условий, в которых проживают респонденты, что ставит задачу рефлексии в отношении используемых методов исследования и пределов применимости полученных знаний.

Практическая значимость исследования. Разбиение архетипа на составляющие (субъекты, интенции субъектов, сценарии межсубъектного взаимодействия) позволяет производить архетипический анализ различных ситуаций, на основе которого возможно проведение тренинговой работы по командообразованию, повышение гибкости поведения через актуализацию различных сценариев; разработка мероприятий, направленных на развитие межэтнической толерантности, оптимизация общения между представителями разных культур; архетипический анализ рекламы на предмет того, какой сценарий заложен в рекламном сообщении, и каковы возможные последствия использования этого сценария.

Положения, выносимые на защиту

1. В обыденном сознании существуют обобщенные категории, описывающие мир в целом. В обыденном сознании респондентов актуализированы следующие обобщенные категории, получившие названия: Порядок – Хаос, Природа – Общество, Сакральное – Профанное.

2. Предметную конкретизацию в сфере межсубъектного взаимодействия обобщенные категории находят в виде архетипов. Архетип в качестве научного понятия определен как имплицитная модель взаимодействия между универсальными деятелями.

3. Онтологический статус архетипа определяется как ориентировочная основа коммуникативной активности, что позволяет понять, как архетипы передаются из поколения в поколение и как усваиваются в онтогенезе.

4. Выделены следующие архетипы, актуализированные в обыденном сознании респондентов, получившие названия: Нападение, Помощь, Исцеление, Убежище, Искушение.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности.

Отраженные в диссертации научные положения соответствуют формуле специальности 19.00.01 «Общая психология, психология личности, история психологии», содержанием которой является исследование фундаментальных психологических механизмов и закономерностей происхождения, развития и функцио-

нирования обыденного сознания. Содержание работы соответствует п. 12 «Психосемантика. Психология субъективной семантики. Психосемиотика» специальности 19.00.01 – «Общая психология, психология личности, история психологии».

Апробация исследования. Диссертационное исследование было поддержано грантом П611 от 07.08.2009. Федерального агентства по образованию в рамках Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2000-2013 годы. Основные положения, результаты и выводы диссертационного исследования обсуждались на заседаниях кафедры общей и социальной психологии Тюменского государственного университета, научных семинарах, на Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы подготовки и востребованности психологов – профессионалов» (Тюмень, 2006), Международной научно-практической конференции «Евразийский мир: многообразие и единство» (Казань, 2007), Международной конференции по когнитивной науке (Москва, 2008), Всероссийской конференции-семинаре молодых ученых «Науки о культуре в XXI веке» (Москва, 2008), IX Международной научной конференции «Россия: ключевые проблемы и решения» (Москва, 2008), Общероссийской научно-практической конференции «Современные исследования социальных проблем» (Красноярск, 2009). Всероссийской научной конференции «Психология субъективной семантики в новом тысячелетии» (Москва, 2010). По теме диссертационного исследования опубликовано 9 печатных работ общим объемом 3,12 п. л. (авторских – 2,31 п. л.), 3 из них – в изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений. Общий объем работы (без приложений) составляет 188 страниц. В тексте диссертации содержится 8 таблиц. Список литературы составляет 178 источников, из них 18 на иностранном языке.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность и проблема исследования, определяются теоретические и методологические предпосылки, цель, задачи, объект, предмет, формулируются гипотезы и положения, выносимые на защиту, раскрываются теоретическая и практическая значимость работы.

В первой главе «Архетипическая природа субъективных обобщений» ставится проблема, теоретически прорабатывается объект и предмет исследования,

формулируются необходимые определения, выдвигается авторский подход к исследованию категорий высокого уровня обобщения.

В разделе 1.1. «Обобщения в различных сферах человеческой жизни» обосновывается актуальность, значимость субъективных обобщений. Показано, что люди в разной форме с самых давних времен пытались осмыслить окружающий мир. Одной из первых форм обобщения выступили мифы, касающиеся мироустройства в целом, легенды, с помощью которых люди осмысливали свою жизнь. Показано, как проявляются обобщения в социокультурном пространстве. Исследуются архетипические основания власти, менталитета. Архетипы являются сущностью коллективных представлений нации о мире и о своем месте в нем, определяют специфику ориентации народа в политической сфере, имеют правообразующее значение (А.А. Деркач, 2003, А.А. Андреев, 2002, К.В. Арановский, 2003, М.Г. Тюрин, 2007, Т.В. Евгеньева, 1999, А.А. Котенев, А.Е. Лукьянов, 2000). Архетипы выступают в качестве духовных опор личности и народа, играют интенциональную роль, обеспечивают единство и преемственность культурного развития. (С.В. Вальцев, 2004, М.И. Воловикова, 2005, Ю.А. Вьюнов, 2005). Архетипы обладают потенциалом межкультурного взаимодействия, подчеркивают духовное родство человеческих культур (С.А. Нижников, 2002, И.А. Пендикова, 2000 и др.).

Далее анализируются обобщения высокого уровня в прикладной психологической работе. В примерах, которые условно названных эзотерическими, архетип понимается либо как фундаментальный принцип всего, либо персонифицируется, превращаясь в гомункулуса, руководящего всеми поступками человека (К.П. Эстес, 2005, А.Б. Подводный, 2007). В трансперсональной психологии реальностью, стоящей за архетипами, являются переживания, возникающие в измененных состояниях сознания (С. Гроф, 1996). В психологии имиджа и рекламы архетип трактуется как средство, провоцирующее потребителя на покупку товара или положительный эмоциональный отклик на известного человека (Е. Ухова, 2001, Е.Е. Змановская, 2005, А.И. Иващенко, 2006, И.Г. Пендикова, 2008 и др.). Порой в психологии рекламы понятие «архетип» трактуется настолько широко, что теряет смысловое наполнение. Остается только «архе-» с акцентом на некое исходное первоначало. В аналитической психологии в качестве реальности, стоящей за категорией «архетип», рассматриваются бессознательные процессы, онтологический статус которых в настоящий момент также не представляется оконча-

тельно ясным (К.Г. Юнг, 1997, Дж.Л. Хендерсон, 1997, И. Якоби, 1997, А. Гуггенбюль-Крейг, 1997, Дж. Хиллман, 2004 и др.). В психодраме архетипы предстают как фигуры, разыгрывающие между собой сценарий; наличие сильного эмоционального отклика на событие говорит о связи этого события с архетипом (Э. Барц, 1997). В организационной психологии под архетипами понимаются образцы, стандарты поведения, характерные для культуры в целом и для организационной культуры в частности (Р. Moxnes, 2006, M.W. Ford, B.M. Greer, 2006, E. Norrер, 2007). Обращение к литературным источникам показывает, что архетип превращается либо в абстрактное понятие, лишенное специфического содержания, либо в инструмент манипулирования человеческим сознанием. В то же время, опыт практической психологии (организационная психология, психодрама), показывает, что если архетипы использовать точно, с учетом особенностей проблемной ситуации, это может быть полезно: архетипы помогают найти общие, универсальные характеристики человеческого способа осмысления мира.

Поскольку среди авторов нет единодушия в том, что представляет собою архетип, трудно сопоставлять различные точки зрения и пользоваться архетипом на практике. Вместе с тем, используя термин «архетип», авторы, вероятно, стремятся описать некоторые особые феномены, для которых другие понятия не подходят. Поэтому становится важным прояснить, что же представляет собой архетип.

В п. 1.2. «*Обобщения в научном контексте*» анализируется использование понятия «архетип» в гуманитарных науках. Изучаются различные подходы, из каждого извлекается то существенное, что впоследствии используется для создания рабочего определения архетипа. Проанализированы эмпирические исследования, в которых используется понятие «архетип». Особое внимание уделяется трудам исследователей, критически переосмысливающих юнговский подход к архетипам.

Архетипы рассматриваются как инвариантная основа восприятия и мышления (А.А. Брудный, 1983, Н.Н. Рубцов, 1991, П.М. Кожин, 1998, С.Б. Киселева, 2002). Архетип задает образец поведения в ситуации (О.Т. Лойко, 2000, С.К. Бондырева, 2004, И.Г. Михайлова, 2005, В.Г. Немировский, 2006). Ряд авторов подчеркивает, что неотъемлемой частью архетипа являются взаимодополнительные персонажи (Е.В. Иванова, 1996, А.Я Эсалпек, 1997, С.А. Маленко, 2006). Архетипы рассматриваются как прасхемы, инвариантные модели образов и мотивов текста, ядро мифа; выделяются способы реконструкции архетипов

(С.С. Аверинцев, 1991, Ю.М. Доманский, 1999, В.В. Корона, 1999, И.Г. Пендикова, 2008). Указывается, что архетип формируется и обретает определенность в той или иной культуре (С.Б. Крымский, 1993, И.А. Есаулов, 2004). Понятие архетипа показало свою продуктивность во многих областях науки и практики, поскольку описывает фрагмент реальности, который трудно обозначить каким-либо другим словом, не потеряв при этом смысловую глубину (универсальность, общекультурность), и вместе с тем психотехнический потенциал.

В эмпирических исследованиях (Ю.С. Белецкая, 2003, В.Г. Грязева-Добшинская, 2004, Е.Н. Афанасьева, 2005, Л.В. Бызова, 2005, С.В. Семенова, 2006 и др.) архетип используется как объяснительная категория, специальная работа по уточнению самого понятия «архетип» не проводится. Это объяснимо и оправдано, поскольку в упомянутых работах предметом исследования является не архетип, а другие феномены: имплицитные теории отношений, менталитет и др.

Основная критика архетипов (С. Сендерович, 1995, О.Т. Лойко, 2000, С.Г. Спасибенко, 2006, А.Н. Михайлов, 2008 и др.) сводится к следующим моментам, которые нам следует учесть в своей работе: определение архетипа слишком расплывчато, его невозможно использовать в исследовательской работе; онтологический статус архетипа непонятен; если архетип биологически наследуем, то он является застывшей структурой, а жизнь общества очень изменилась и усложнилась, тогда вряд ли архетип вообще нужен в столь изменившемся обществе; непонятно, насколько универсальны архетипы.

В п. 1.3. «*Теоретическое осмысление идеи архетипа*» предлагается рабочее определение архетипа. Анализ сходных архетипу понятий позволяет вписать выработанное определение в научный контекст. Уточняется концептуальный и онтологический статус понятия «архетип», предлагается модель архетипа, выдвигаются гипотезы исследования.

На основании анализа определений понятия «архетип», данного различными авторами (С.С. Аверинцев, 1991, А.В. Топоров, 1992, Е.М. Мелетинский, 1994, Дж. Хиллман, 2004, К.Г. Юнг, 2004, Ю.А. Вьюнов, 2005, М.Г. Тюрин, 2007 и др.), выработано рабочее определение понятия «архетип», используемое в данном исследовании.

Архетип – это имплицитная модель взаимодействия между универсальными деятелями.

Термин «имплицитная» означает, что речь идет о модели, которая является не только актуальной, но и всегда существовавшей, функционировавшей имплицитно. В онтогенезе – через взаимодействие с родителями, в антропогенезе – через общественную практику, передающуюся из поколения в поколение, в филогенезе – через функциональные отношения между животными.

Термин «модель» означает, что речь идет об упрощенной схеме, отражающей сущностные признаки действительности, взаимосвязь между элементами действительности.

Термин «взаимодействия» означает, что речь идет о стандартизированных сценариях, которые можно назвать отношениями (например: отношения преследователь-жертва, покровитель-протее, мать-дитя), таким образом, всякое отношение можно развернуть в сценарий.

Термин «универсальные» означает «типичные», «трансситуативные», «транскультурные», «обобщенные», «генерализованные».

Термин «деятели» (фигуры) означает, что речь идет о функциональном месте, заполняемом живым человеком, к которому предъявлен набор стандартных требований. Этот термин близок термину «роль», но за термином «роль» закреплено социальное предписание, а здесь подчеркивается более обобщенная, культурная составляющая; роль более поверхностна, архетип стоит за ролью.

Чтобы вписать предложенное понятие «архетип» в научный контекст, характеризуются смежные понятия. Коллективные представления (Э. Дюркгейм, 1995, Л. Леви-Брюль, 1994, С. Московичи, 1998 и др.), как и архетипы, подчеркивают типичность, универсальность общечеловеческих способов проявления себя в мире. Коллективные представления, как и архетип в его рабочем определении, понимаются как культурные изобретения, и в этом смысле они трансиндивидуальны. Коллективные представления в основном призваны объяснить возникновение социальных институтов: семьи, брака, права. Психотехнический потенциал коллективных представлений нуждается в отдельном исследовании, в то время как психотехнический потенциал архетипа в рекламе, PR, политике описан многими исследователями (А.М. Цуладзе, 2000, А.А. Андреев, 2002 и др.). Понятие коллективных представлений широко применяется в социологии, понятие архетипа находит применение в практической психологии.

Понятие прототипа, предложенное Э. Рош, как и понятие архетипа, подчеркивает типический характер объясняемых с его помощью явлений, но делает акцент на когнитивной составляющей (Е. Rosch, 1973). Предложенное определение архетипа подчеркивает, что между элементами архетипа (фигурами) существует взаимодействие, реализуемое как сценарий, что делает возможным реализацию психотехнического потенциала архетипов.

А. Вежбицкая использует понятие «элементарные смыслы»/«семантические примитивы», которые, подобно архетипам, характеризуются универсальностью, всеобщностью, присутствуют в разных культурах (А. Вежбицкая, 1999). Но семантические примитивы говорят лишь о всеобщности и универсальности основ языка. Можно предположить, что семантические примитивы описывают лингвистическую составляющую архетипа.

Архетип представляет собой конкретизацию более обобщенных категорий. **Обобщенные категории** представляют собой абстракцию, описывающую наиболее общие характеристики (свойства) мира. Эти категории для сознания являются ядерными структурами, базовыми конструктами. Ядерные структуры отражают наиболее существенные характеристики окружающего мира (С.Д. Смирнов, 1981, В.В. Петухов, 1984 и др.). Обобщенные категории конкретизируются в архетипах, представляющих собой деятелей, объединенных сценарием. Конкретизация происходит за счет персонификации, наделения всех явлений признаками субъекта, что является общей логикой древнего мышления (А.В. Павлов, 2004, Т.И. Борко, 2005). Таким образом, архетипы представляют собой предметную конкретизацию обобщенных категорий применительно к сфере межсубъектного взаимодействия. Обобщенные категории, в свою очередь, представляют собой ядерные структуры, содержащие предельно абстрактные противопоставления.

В предлагаемой модели архетипа описываются три стороны, взаимопроникающих друг в друга сферы – когнитивная, операциональная и мотивационная. Деятельностной основой архетипа является ткань взаимодействия и отношений, поэтому ярче всего архетип представлен в операциональном аспекте. Операциональная составляющая представляет собой обобщение явлений по некоторому условному сценарию: все, кто приходит в гости без предупреждения, все, кто кричат, и т.д. Мотивационная составляющая архетипа представляет обобщение явлений по сходному эмоциональному тону: все, что пугает, все, что радует, и т.д. Когнитив-

ная составляющая архетипа представляет собой поверхностную репрезентацию; на уровне когнитивных архетипов труднее всего уловить, вербализовать и визуализировать в виде, например, графических образов. Трудность отображения когнитивного аспекта архетипа проистекает из того, что обобщение происходит на огромном феноменологическом материале: сказках, рассказах, взаимодействии с родителями и сверстниками. Такая трактовка архетипа предлагает возможности для его экспериментального изучения. Если стимульный материал будет апеллировать к когнитивному аспекту архетипа и позволит получить эмпирические данные, это будет означать наличие слабых связей в семантическом пространстве, с большими искажениями. Если, сгущая и сжимая это пространство, будут получены мотивационные и операциональные составляющие архетипа, это будет серьезным аргументом в пользу того, что восстановленные конструкты действительно имеют место, существуют и в обыденном сознании. Напротив, в случае, если глубинные структуры архетипа не существуют, на поверхностном когнитивном уровне никакими математическими ухищрениями их нельзя было бы выявить.

Предложенный подход к архетипу позволяет прояснить онтологический статус архетипа, и предположить, как архетипы передаются от поколения к поколению. Архетип как сценарий взаимодействия выступает в качестве ориентировочной основы коммуникативной активности. Онтологическим основанием архетипа являются схемы межсубъектного взаимодействия. Каждый архетип является категорией, к которой можно быстро отнести ту или иную ситуацию, и выбрать соответствующую категории линию поведения. Трактовка архетипа как ориентировочной основы коммуникативной активности дает возможность его экспериментального изучения. Ориентировочная основа визуализируется с помощью рисунков, затем восстанавливается и озвучивается другими людьми.

Во второй главе «Эмпирическое исследование обобщенных категорий в сфере межсубъектного взаимодействия» представлена общая схема исследования, описываются методики исследования, процедура, статистическая обработка данных, обсуждаются результаты.

Исследование проходило в два этапа. На первом этапе выявлялась структура семантических связей между категориями, устанавливалось их положение в семантическом пространстве, описывающем понятия высокого уровня обобщения. Значительная часть этих понятий коррелирует с понятием архетипа. Эффек-

тивным методом моделирования содержания обыденного сознания являются субъективные семантические пространства, построенные с помощью статистических процедур, в том числе факторного анализа, позволяющего сгруппировать отдельные признаки описания в более емкие категории-факторы и описать значение из некоторой области исследования как совокупность факторов с различным коэффициентом веса (В.Ф. Петренко, 2005).

Для подтверждения гипотез 1, 2 и 3 необходимо, чтобы полученные категории действительно интерпретировались согласно предложенному определению архетипа (1 этап исследования), а также чтобы полученные категории корреспондировали к архетипу (2 этап исследования). Подтверждением гипотезы 4 будут разные по структуре семантические пространства для респондентов разного пола и возраста. Для проверки гипотезы 4 в качестве **независимой переменной** выступают возраст и пол респондентов. В качестве **зависимой переменной** выступают категории обыденного сознания, выступающие как когнитивные репрезентации архетипов. В качестве **контролируемых переменных** выступают образование респондентов (среднее, высшее) и специальность.

Первый этап исследования – выявление конструкторов обыденного сознания с помощью классификации названий архетипов. Инструментарий создавался в результате литературного поиска (М. Элиаде, 1999, К.Г. Юнг, 2004, Дж. Хиллман, 2004 и др.), в котором выявлялись слова и словосочетания, релевантные понятию архетипа. Из них убраны повторы и слова, малопонятные для респондентов, не знакомых с мифологией. Каждое из полученных 84 слов заносилось на карточку. Респондентам предлагалось распределить эти карточки по группам, а затем придумать и озвучить название каждой группы. С помощью специальной программы подсчитывалась частота попадания каждого слова с каждым другим в одну группу на массиве всех классификаций. В результате получены матрицы 84×84, симметричные относительно основной диагонали: в целом по группе, а также отдельно для двух возрастных групп и для двух полов. Каждая матрица подвергалась факторному анализу, с помощью которого извлекались семантические обобщения более высокого уровня. Полученные факторы интерпретировались экспертами как когнитивные репрезентации архетипов. Архетипы являются глубинным содержанием обыденного сознания, поэтому для их изучения необходим специальный инструмент, позволяющий увидеть за полученными факторами архетипы. Таким ин-

струментом выступает предложенная модель архетипа, согласно которой когнитивный аспект архетипа (фиксируемый в факторном анализе) является наиболее поверхностным, но за ним стоят более глубокие составляющие архетипа – мотивационная и операциональная.

Общие результаты

Первый фактор (34,49%) обозначен экспертами как *«Общество – Природа»*. Данный конструкт противопоставляет мир общественных достижений, процессов и деятелей миру природы. Его вряд ли можно интерпретировать как архетип, исходя из предложенного определения архетипа как сценария взаимодействия деятелей. Полученное противопоставление является, скорее, мировоззренческой позицией, представлением о том, как устроен мир вообще.

Второй фактор (23,12%) *«Волшебство»* как конструкт отражает мифологическую составляющую обыденного сознания респондентов. На положительном полюсе локализовались образы, связанные с молодостью и рациональностью. Им противопоставляются персонажи и процессы, связанные преимущественно со зрелостью, взрослостью, которая в данном случае связывается с волшебством. Противопоставляются юность и зрелость, рациональность и иррациональность. На отрицательном полюсе, наряду с волшебными персонажами, появляются угрожающие образы ада, демонов и др. Конструкт отражает опасность заигрывания человека с «потусторонними» силами и реферирует к архетипу искушения с фигурами Искусителя и Искушаемого, Опасного помощника и Наивного пользователя.

Третий фактор (15,61%) *«Интервент/Нарушитель – Природное исцеление»*. К предельному противопоставлению «Общество – Природа», выявленному в первом факторе, добавляется противопоставление «Созидание – Разрушение». Деятели на одном полюсе, в основном имеющие отрицательный смысл, противопоставляются природным процессам и созидającym персонажам, отчасти природным, отчасти волшебным, на другом полюсе. По сравнению с первым фактором всей выборки, здесь больше персонажей, причем это персонажи, которым свойственно активно воздействовать на окружающую среду. На одном полюсе находится деструктивное начало, угрозы, на другом полюсе – ресурс, который позволяет справиться с угрозами. Один полюс интерпретирован экспертами как архетип Нападения (Агрессор – Жертва), другой полюс – как архетип Исцеления.

Четвертый фактор (9,25%) *«Разрушительная иррациональность – Созидательная рациональность»*. На одном полюсе находятся элементы, олицетворяющие иррациональную убивающую силу. Противоположный полюс описывает ресурс, позволяющий справиться с непонятными, опасными явлениями. Данный полюс составляют фигуры, воплощающие рациональное, разумное начало. Как и во втором факторе, деятели (персонажи) противопоставляются процессам. При этом деятели обладают, скорее, положительным смыслом и олицетворяют Порядок, а процессы явно негативные и разрушительные, связаны с Хаосом. Архетип обозначен как «Свет знаний».

Пятый фактор (4,42%) *«Опасная природа – Близкие люди»* как конструкт конкретизирует воплощение противопоставления человека природе. Опасные явления противопоставляются положительным по смыслу персонажам. Отражает стремление человека найти защиту от природы в семейном кругу, в доме, среди близких людей. Архетипически это трактуется как Убежище, Дом.

Шестой фактор (2,87%) *«Духовное – Светское»*, образам, связанным с духовными поисками человека, противопоставляются образы сиюминутного, беспечного существования.

Содержательный анализ факторов, полученных в ходе исследования, позволяет объединить их в структуры более высокого уровня обобщения, – в архетипы и другие обобщенные категории. На основе предложенного подхода к архетипу полагается, что за выявленными факторами стоят архетипы, а за архетипами – еще более обобщенные категории. Обобщенные категории описывают устройство мира как таковое. Интерпретация результатов строится на том, что архетипы представляют собой конкретизацию обобщенных категорий в сфере межсубъектного взаимодействия, т.е. архетипы описывают, как действуют универсальные деятели (субъекты) в некоем типе ситуаций. Поэтому если субъекты актуализированы в факторе, этот фактор интерпретируется экспертами как архетип. Интерпретация результатов исходит из герменевтического подхода, внимание уделяется не отдельным словам, составляющим фактор, а смыслу всего полюса фактора. Эксперты исходили из поиска того, в какие содержательные категории можно сгруппировать элементы, актуализированные на полюсе фактора (например, «мать», «дед» – близкие, семейные персонажи; «солнце», «лес» – природа), аналогичная работа проводилась с элементами другого полюса фактора. Затем анализировался фактор

в целом, который интерпретировался как пересечение категории, актуализированной на одном полюсе, с категорией, актуализированной на другом полюсе. Например, если категория «общество», представленная положительными деятелями, пересекается с категорией «природа», представленной отрицательными, угрожающими, дискомфортными явлениями, возникает архетип Убежища, Дома: обобщенный близкий персонаж, защищающий от опасной стихии. Это может быть член семьи, предоставляющий убежище родственнику, или хозяин, предоставляющий убежище гостю.

Содержательный анализ результатов позволил выявить обобщенные категории, актуализированные в обыденном сознании респондентов и названные: Порядок – Хаос, Общество – Природа, Сакральное – Профанное. Обращение к культурологическим источникам показало, что появление таких категорий в обыденном сознании не случайно. Указанные категории существуют во многих мифологических системах. Их выявление на основе эмпирического исследования наглядно иллюстрирует, что мифологическая составляющая сохраняется в сознании современного человека, что согласуется с данными других исследователей (С. Московичи, 1999, Е.В. Улыбина, 2001 и др.) и позволяет вписать проведенное исследование в общенаучный контекст. Результаты исследования интерпретируются согласно предложенной модели архетипа, что является подтверждением *первой* гипотезы. Содержательная интерпретация результатов исследования показывает, что применительно к сфере межсубъектного взаимодействия эти категории конкретизируются, персонифицируются архетипах, что является подтверждением *второй* гипотезы исследования. Анализ факторов, полученных в ходе обработки данных по классификации названий архетипов, позволил интерпретировать полученные факторы как репрезентации архетипов. Структура факторов позволяла интерпретировать их как состоящие из фигур, объединенных сценарием взаимодействия, что явилось подтверждением *третьей* гипотезы.

Четвертая гипотеза о том, что содержание актуализированных архетипов в обыденном сознании различается в зависимости от пола и возраста, также нашла свое подтверждение. Молодые респонденты отождествляют зрелость, жизненный опыт и общение с неизведанным, «магические» персонажи представляются респондентам загадочными и притягательными (фактор «Волшебство»). Фактор интерпретируется как актуализация архетипа Помощи, что можно интерпретировать

как некоторую инфантильность, желание, чтобы проблемы решались «как по волшебству», сами собой. У взрослых респондентов также выявлен фактор «Волшебство», но он имеет несколько иную структуру: наряду с волшебными персонажами актуализированы угрожающие персонажи. Фактор описывает опасность заигрывания человека с потусторонними силами и интерпретирован экспертами как архетип Искушения. У взрослых респондентов наиболее актуализирован фактор «Опасная природа – Близкие люди», отражающий надежды людей найти в своем близком, семейном кругу защиту от внешних опасностей, стремление обеспечить «крепкий тыл» (архетип Убежища). Актуализация архетипа может быть связана с тем, что у людей старшего возраста повышается значимость личностных, семейных связей, развивается чувство сохранения рода (генеративность), повышается интерес к воспитанию последующих поколений (В.И. Слободчиков, Е.И. Исаев, 2000). В соответствии с предложенным в работе подходом, архетипы, актуализированные в сознании респондентов, зависят от социально-экономических условий, в которых проживают респонденты, от характеристик массовой культуры. В частности, архетип Убежища мог актуализироваться в связи с большим количеством сообщений в СМИ о терактах и вооруженных конфликтах.

Анализ результатов, полученных на мужской и женской части выборки, показал наличие разных по структуре факторных пространств. В женской части выборки наиболее актуализирован архетип Убежища. Актуализация этого архетипа связана с тем, что женщина традиционно воспринимается как хранительница очага, на ней лежит большая часть забот о семье и детях, женщина идентифицирует себя через социальные связи. У женщин более актуализирован полюс, описывающий семейные и дружеские отношения. У мужчин более конкретизирован полюс, описывающий внешние опасности. Различия в степени актуализированности полюсов связаны с тем, что женщина в семейных связях видит защиту от природы, мужчина, напротив, не может укрыться в семье, он должен защищать своих близких от внешней опасности. У мужской части выборки наиболее актуализирован фактор «Нарушитель – Природное исцеление», на обоих полюсах которого находятся образы, связанные с активным преобразованием действительности. Это преобразование осуществляется либо как разрушение, либо как созидание. Один полюс фактора интерпретируется как архетип Нападения, другой полюс – как архетип Исцеления. Актуализация этого фактора у мужчин связана со стремлением бо-

роться за место «под солнцем», выживать, достигать ресурсов, необходимых для выживания. В факторе, противопоставляющем образы природы и общества, в сознании женской части выборки подчеркивается угрожающая составляющая общественной жизни. В сознании мужской части выборки более актуализирован полюс, описывающий общественные явления и процессы, общественные достижения.

На первом этапе исследования выявлены архетипы (Помощь, Нападение, Исцеление, Искушение, Убежище), которые использовались на **втором этапе** исследования, в прямом и обратном эксперименте. Образцом послужило исследование перцептивных универсалий Е.Ю. Артемьевой. В нашем исследовании также изучаются глубинные ядерные структуры, аналоги перцептивных универсалий в области межличностных отношений. Если такие универсалии существуют, они могут быть получены в прямом и обратном эксперименте. Архетипы понимаются как операциональные схемы, ориентировочные основы коммуникативной активности. Проверить правильность данного утверждения позволяет прямой и обратный эксперимент: ориентировочная основа визуализируется с помощью рисунков, затем восстанавливается и озвучивается другими людьми.

В *прямом эксперименте* группе респондентов было дано название архетипа с указанием персонажей, задействованных в нем. Предлагалось представить (вообразить) архетип и нарисовать его. С помощью экспертных суждений были отобраны 4 наиболее релевантных архетипам рисунка, которые были переданы профессиональному художнику. Художнику ставилась задача составить один рисунок, в котором наиболее четко изображены характерные черты архетипа.

В *обратном эксперименте* стимульным материалом выступили три рисунка по каждому архетипу: два наиболее информативных рисунка, сделанных респондентами, и один рисунок, выполненный художником. Респондентам необходимо было озвучить содержание каждого рисунка. По каждому рисунку были составлены сводные *протоколы*, в которых были зафиксированы высказывания всех респондентов по данному рисунку. Протоколы подверглись контент-анализу. Категории взяты из определения архетипа, используемого в работе: общее название ситуации взаимодействия, персонажи, действия персонажа 1, действия персонажа 2. Ряд рубрик выделен эмпирически: характеристики персонажа 1 и персонажа 2, желания персонажей, характеристика ситуации. Семантическими единицами выступали основные части речи. Не учитывались слова, не имеющие самостоятель-

ной смысловой нагрузки: союзы, предлоги, местоимения, вводные слова, вспомогательные глаголы. Для каждой категории был проведен частотный анализ вошедших в нее слов.

С помощью экспертной оценки слова, описывающие каждый рисунок, были разделены на две группы – группу слов, прямо презентующих содержание заложенного в рисунок архетипа, и группу слов, не связанных с сутью архетипа. Далее с помощью критерия согласия Пирсона (χ^2) сравнивались соотношения частоты употребления слов, связанных с архетипом, и слов, не связанных с архетипом. Результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1
Частотный анализ вербальных определений рисуночных изображений архетипа

Частоты Архетип	Слова, связ. с архетипом	Слова, не связ. с архе- типом	Ожидаемая частота	Критерий со- гласия Пир- сона	p
<i>Помощь</i>					
Рисунок 1	187	110	148,5	$7,9 \cdot 10^{-6}$	p<0,05
Рисунок 2	169	110	172	0,87	p>0,05
Рисунок 3	201	101	151	$8,7 \cdot 10^{-9}$	p<0,05
<i>Нападение</i>					
Рисунок 1	174	129	151,5	0,0097	p<0,05
Рисунок 2	205	148	176,5	0,002	p<0,05
Рисунок 3	198	147	172,5	0,006	p<0,05
<i>Искушение</i>					
Рисунок 1	283	126	204,5	$8,28 \cdot 10^{-15}$	p<0,05
Рисунок 2	279	133	206	$6,34 \cdot 10^{-13}$	p<0,05
Рисунок 3	288	153	220,5	$1,29 \cdot 10^{-10}$	p<0,05
<i>Исцеление</i>					
Рисунок 1	218	119	168,5	$6,93 \cdot 10^{-8}$	p<0,05
Рисунок 2	284	165	224,5	$1,95 \cdot 10^{-8}$	p<0,05
Рисунок 3	241	156	198,5	$1,99 \cdot 10^{-5}$	p<0,05
<i>Убежище</i>					
Рисунок 1	298	220	259	0,0006	p<0,05
Рисунок 2	331	256	293,5	0,002	p<0,05
Рисунок 3	252	193	222,5	0,005	p<0,05

Высокая частота употребления слов, релевантных заложенному архетипу, в описаниях каждого рисунка, говорит о том, что данный архетип представлен в обыденном сознании. Результаты частотного анализа свидетельствуют, что архетип, заложенный в рисунках, с легкостью воспроизводится респондентами. В обратном эксперименте, таким образом, был восстановлен исходный перечень архетипов. В табл. 2 представлены слова, наиболее часто употреблявшиеся респондентами при описании рисунков по каждому архетипу, те слова, которые лучше всего абстрагируют, обобщают каждый архетип.

Таблица 2

Сводная таблица ассоциаций на рисуночное изображение архетипов

Архетип Рубрики	Помощь	Нападение	Исцеление	Искушение	Убежище
Ситуация взаимодей- ствия	Помощь Спасение	Насилие Нападение Агрессия	Исцеление Чудо	Искушение Соблазн Грех	Дом Гостеприим- ство Уют
Персонаж 1	Утопающий Спасаемый	Жертва	Больной	Искушаемый	Гость Путник
Персонаж 2	Помощник Спасатель	Агрессор Обидчик	Целитель Спаситель	Искуситель	Хозяин Семья

Итак, выявленные конструкты обыденного сознания уверенно получили интерпретацию как архетипы в рамках предложенной модели. Чтобы снять предъявляемые герменевтическому подходу сомнения в точности интерпретации результатов, был проведен второй эксперимент, прямой, в котором было подтверждено, что выявленные категории существуют в обыденном сознании и могут быть легко распознаны даже в виде схематических визуальных образов. Так, на каждом из этапов исследования могли быть привнесены индивидуальные искажения в общую картину: на этапе, когда респондентам предложено было представить архетип – искажения, связанные с особенностями воображения. На этапе рисования архетипа – искажения, связанные мастерством рисующего. На этапе озвучивания содержания рисунка – искажения, связанные с индивидуальным восприятием. Тем не менее, в результате семантического сгущения воспроизведен исходный материал. Результаты частотного анализа убедительно показывают, что, несмотря на большое количество индивидуальных изменений, респонденты ориентируются на более обобщенные структуры. Это прямо подтверждает, что в обыденном сознании существуют коммуникативные универсалии, глубинные смыслы, имеющие более поверхностные репрезентации. Таким образом, было показано, что в обыденном сознании действительно существуют категории сравнительно высокого уровня обобщения, корреспондирующие к сфере межсубъектного взаимодействия, а архетип является специфическим видом субъективной реальности.

В **заключении** подводятся итоги диссертационного исследования, определяются перспективные направления дальнейшего изучения архетипов, формулируются основные **выводы** исследования:

1. Описаны понятия, позволяющие изучать реальность, проявляющуюся в феноменах, для обозначения которых используется понятие архетипа.

2. В результате теоретической и эмпирической работы показано, что обыденное сознание содержит обобщенные категории, описывающие мир в целом, такие как: Порядок – Хаос, Природа – Общество, Сакральное – Профанное.

3. Показано, что архетипы представляют собой предметную конкретизацию обобщенных категорий в сфере межсубъектного взаимодействия. Архетип введен в круг научных понятий и определен как имплицитная модель взаимодействия между универсальными деятелями.

4. Подробно описаны феномены, составляющую онтологическую реальность для понятия архетипа. Эта реальность представляет собой сценарии межсубъектного взаимодействия, выступающие ориентировочной основой коммуникативной активности людей.

5. Понятие архетипа было операционализировано – как в определении, так и в процедуре эмпирического доступа к структурам обыденного сознания. Описан подход к изучению архетипов научными методами. Адекватными для изучения архетипов являются методы психосемантики.

6. В эмпирическом исследовании обыденного сознания выявлены категориальные структуры, соотносимые с понятием «архетип». В исследовании обнаружены архетипы, актуализированные в обыденном сознании респондентов, получившие названия: Нападение, Помощь, Исцеление, Убежище, Искушение.

Основное содержание и выводы работы отражены в следующих **публикациях**:

СПИСОК РАБОТ

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах, определенных ВАК:

1. Архетипические элементы в профессиональном самосознании студентов-психологов / О.С. Андреева, Е.Ю. Зарубко // Сибирский психологический журнал. 2008. № 27. С. 96–101 (0,67/0,38 п. л.).

2. Имплицитные семантические поля архетипов / Е.Л. Доценко, Е.Ю. Зарубко // Вестник Тюменского государственного университета. 2008. № 5. С.111-117 (0,53/0,26 п. л.).

3. Архетипы в обыденном сознании / Е.Ю. Зарубко // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. «Психология». Вып. 10. № 27. 2010. С.37-43 (0,56 п. л.).

Другие публикации:

1. Архетипический анализ межкультурной коммуникации / Е.Л. Доценко, Е.Ю. Зарубко // Евразийский мир: многообразие и единство: материалы Международ. науч.-практ. конф. (г. Казань, 11 мая 2007г.): сб. науч. ст.: в 2-х томах. Т.2. – Казань: Познание, 2007. – С. 306-308 (0,18/0,09п. л.).

2. Когнитивные репрезентации архетипов / Е.Л. Доценко, Е.Ю. Зарубко // Третья международная конференция по когнитивной науке: тезисы докладов: в 2-х т. Москва, 20-25 июня 2008г. – М.: Художественно-издательский центр, 2008. Т.1. С. 259-260 (0,18 п. л./0,09п. л.).

3. Архетип как междисциплинарное понятие / Е.Ю. Зарубко // Науки о культуре в XXI веке: сборник материалов ежегодной конференции-семинара молодых ученых. – М.: ТВТ Дивизион, 2008. – Т.9. – 350с. – С.104-110 (0,13 п. л.).

4. Роль архетипов в российском менталитете / Е.Ю. Зарубко // Россия в современном мире: депонированный сборник // под ред. акад. РАН Ю.С. Пивоварова. – М.: ИНИОН РАН, 2009. – Т.6. – С.358-365 (0,43 п. л.).

5. Архетипы в работе с общественным сознанием / Е.Ю. Зарубко // Современные исследования социальных проблем: сборник статей Общероссийской научно-практической конференции. Вып. 5 «Социально-педагогические и психологические исследования / Под общ. ред. сов. РАЕ Я.А. Максимова. – Красноярск: Научно-инновационный центр. 2009. – С. 8-10 (0,29 п. л.).

6. Архетипы как коммуникативные универсалии / Е.Ю. Зарубко, Е.Л. Доценко // Психология субъективной семантики в новом тысячелетии: тезисы докладов Всероссийской научной конференции / отв. ред. Д.А. Леонтьев. – М.: Смысл, 2010. – 92с. С. 19-22 (0,15/0,08 п. л.).