

- сб. мат-лов по итогам II Междунар. студ. науч.-практ. конф. 28–29 мая 2012 г. / Урал. гос. пед. ун-т ; ред. кол.: Д. Я. Зак [и др.]. – Екатеринбург. – 2012. – С. 191–192.
6. Мэш Э., Вольф Д. Детская патопсихология. Нарушения психики ребенка. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 448 с.
7. Уваренко А. Р. Здоровье как социальная категория (аналитический обзор) // Социальная гигиена, организация здравоохранения и история медицины : Республиканский межведомственный сборник. – Киев, 1992. – Вып. 23. – С. 8–13.

© А. С. Карбалевиц

УДК 159.964.3

**АРХЕТИПИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ
(проективная методика анализа неосознаваемых побудителей
и сопроводителей профессионального становления личности)**

Н. В. Буравцова
**Новосибирский государственный университет экономики
и управления, г. Новосибирск, Россия**

**ARCHETYPE AS BASES OF PROFESSIONAL FORMATION OF THE PERSONALITY
(projective technique of the analysis of extramental motivator and followers
of professional formation of the personality)**

N. V. Buravtsova
**Novosibirsk State University of Economy and Management,
Novosibirsk, Russia**

Summary. In article the projective technique of the analysis of extramental pobuditel and followers of professional formation of the personality is presented. Specifics of motives of professional formation of respondents is shown. The divergence of realized and extramental motives is revealed.

Key words: archetype; professional formation of the personality; realized and extramental motives.

О мотиваторах выбора профессии и профессиональном становлении личности написано немало. В целом мотивы профессиональной деятельности достаточно изучены и классифицированы. В качестве побудительных причин выделяются мотивы общественного и материального характера, мотивы самодовольствия, самовыражения, самореализации, мотивы, связанные с удовлетворением потребности в общественном признании, в уважении со стороны других. Мотивы выбора профессии были классифицированы Э. С. Чугуновой [9], выделившей устойчивый интерес к профессии, влияние приводящих жизненных обстоятельств, которые не всегда согласуются с интересами человека, и влияние со стороны ближайшего социального окружения – советы родных, друзей, знакомых. Е. А. Родионова [8] указывает, что на выбор профессии влияют общественный престиж (мода), материальный критерий, интерес к профессии (нередко романтического характера). В этой связи разработан целый ряд психодиагностических методик, позволяющих исследовать ведущие мотивы выбора профессии и профессионального развития личности. Но в данных исследованиях речь идет о мотивах осознаваемых, хотя большинство специалистов сходятся во мнении, что значительную часть мотиваторов человек не в состоянии осознанно контролировать.

Наше исследование было посвящено анализу неосознаваемых побудителей выбора профессии и профессионального становления студентов, проявляющихся через архетипические образы.

Несмотря на то, что понятие «архетип» сегодня широко употребляется в прикладных психоаналитических исследованиях различной направленности, оно до сих пор остается весьма многозначным и часто используется в различных смыслах. К. Г. Юнг использовал данное понятие на протяжении всей эволюции своего творчества, вкладывая в него все новое и новое понимание, но так и не оставил конкретного определения. С его точки зрения, архетипы представляют собой внутреннюю интуицию, вневременные процессы, оказывающие влияние на мысли и чувства человечества; коллективный осадок исторического прошлого, хранящийся в памяти людей и составляющий нечто присущее всему человеческому роду; инстинктоподобные образования, проявляющиеся в фантазиях и символических образах [10; 11].

Единой классификации архетипов не существует. Как указывает А. И. Давыдов, архетипов столько, сколько существует жизненных ситуаций. Они повторяются в психике людей любой исторической эпохи. Это символические формулы, которые повсюду вступают в дело тогда, когда невозможны сознательные представления по внутренним или внешним причинам. В силу своей способности соединять противоположности они служат мостом между сознанием и бессознательным. Одна из главных функций архетипов – поддерживать на глубинно-психологическом уровне связь между поколениями. Они проявляются в любом месте, в любом веке, меняется лишь форма их отображения. Архетипы формируются в сходных ситуациях у разных этносов и в разных культурах, и потому их психические проявления похожи, как и их продукция – мифологические и сказочные сюжеты [3]. Многие исследователи ссылаются на основные архетипы, выделенные К. Г. Юнгом [11]: Тень, Анима, Анимус, Мать, Мудрец, Ребенок.

В работах ряда исследователей (Дж. Кэмпбелл [5], К. Пирсон и М. Марк [6], С. Биркхойзер-Оэри [2], Э. Нойманн [7] и др.) описываются базовые архетипические паттерны, характерные для героев мифических историй и легенд. Так, Дж. Кэмпбелл [5] представил подход, базирующийся на понимании путешествий героя как переживающего обряд инициаций в поисках новых ценностей.

О. К. Агавелян, С. Б. Перевозкин и Ю. М. Перевозкина осуществили исследование характеристик архетипов в современных представлениях личности. Авторы получили статистически значимые взаимосвязи, позволяющие выделить ряд основных архетипов и определить некоторые взаимоотношения между ними. Для каждого архетипа были определены вербальные и образные характеристики. Так, архетипы женского позитивного начала обладают такими характеристиками, как красота, забота, нежность, доброта; их негативный аспект отличает злость, мудрость, старость. Архетипы мужского позитивного начала включают силу, ум, справедливость, красоту, храбрость; негативное начало – силу, злость, хитрость, коварность. Архетип самости: позитивный аспект – веселый, милый, беззаботный; негативный аспект – хитрый, подлый, лживый [1].

К. Пирсон и М. Марк [6], рассматривая архетипы сквозь категорию мотивации, в четырех квадрантах (расположенных на пересечении осей – Стабильность / Мастерство и Принадлежность / Независимость) представили четыре группы архетипов, являющиеся, по их мнению, наиболее важными для реализации четырех базовых человеческих потребностей:

- в независимости, реализации: Искатель, Простодушный, Мудрец;
- в принадлежности, в удовольствии: Славный малый, Любовник, Шут;
- в стабильности и контроле: Заботливый, Творец, Правитель;

– в риске, в самосовершенствовании: Герой, Бунтарь, Волшебник.

При этом у каждого из представленных архетипов авторы выделяют несколько уровней и теневой (негативный) аспект [6].

Важно учитывать, что архетипы могут проявлять себя через последовательность событий, то есть их действие разворачивается в нашей жизни как некий сюжет, называемый архетипическим сюжетом. Т. Д. Зинкевич-Евстигнеева отмечает, что все знают поговорку «у каждого – своя дорога», но у одних – она выложена кирпичом; у других – глубокая колея; у третьих – узкая тропинка. Но она всегда связана с идеей судьбы человека, с путем его самореализации, так как архетип Дороги – один из центральных. Нам предстоит покинуть привычное место обитания или отказаться от привычного образа действий и мыслей; потом придется доверяться новому «состоянию дороги»; в пути мы обязательно приобретем помощников, преодолеем ряд испытаний, разработаем алгоритм достижения цели (причем сама цель может подвергаться значительной коррекции и конкретизации). Когда же мы достигнем своей цели, то можем разочароваться в ней, потерять достигнутое и, благодаря этому, получить время на переосмысление жизненного пути [4, № 2].

Но, как далее указывает автор, архетипы не предопределяют, а лишь хранят для нашей жизни и творчества запасы энергии и сюжетов для действий. И если знать законы и логику действия архетипов, можно избежать излишних неприятных сюрпризов, на которые люди тратят значительное количество жизненной энергии.

Исследование неосознаваемых побудителей профессионального становления личности (2011–2012 гг.) проводилось с участием студентов различных специальностей Новосибирского государственного университета экономики и управления и Новосибирского государственного педагогического университета. Для достижения цели применялись: 1) методика «Мотивы выбора профессии» Р. В. Овчаровой; 2) авторская разработка, сочетающая методику Т. Д. Зинкевич-Евстигнеевой «Карта внутренней страны», позволяющую исследовать неосознаваемые образы целей, пути их достижения и индивидуальные особенности личности [4, № 3], и использование 24 изображений архетипических образов (согласно концепции представления архетипов через мотивацию М. Марка и К. Пирсона [6]); 3) психодиагностическая беседа. Анализ полученных данных осуществлялся с помощью психологической интерпретации, частотного и контент-анализа.

На первом этапе респондентам было предложен тест Р. В. Овчаровой, на основе которого определялся ведущий тип мотивации при выборе профессии. Из всей выборки (88 чел.) были отобраны юноши и девушки (54 чел.), мотивировавшие свой выбор преимущественно внутренними индивидуально-значимыми и социально-значимыми мотивами.

Далее участники исследования получили задание – представить и изобразить карту страны их внутреннего мира, а также проложить маршрут своего профессионального становления. В качестве «флажка входа» рассматривалась ситуация принятия решения о выборе профессии, а в качестве «флажка цели» студентам было предложено рассматривать себя как уже овладевших выбранной профессией. Кроме того, в процесс работы с картой были включены фигуры, символизирующие базовые архетипические образы в концепции К. Пирсона и М. Марка (с акцентом на их позитивных и негативных характеристиках). Респондентам было предложено ассоциироваться с данными образами на разных этапах «прохождения маршрута», а также рассматривать их в качестве возможных сопроводителей, помощников или противодействующих фигур.

Результаты исследования показали, что у преобладающего числа респондентов ($\approx 64\%$) «флажок входа» располагается в левой центральной части карты, что свидетельствует, во-первых, о процессе переживаний и тревог, предшествующих ситуации принятия решения о выборе профессии, а во-вторых, о присутствии в данный период времени всевозможных идей, фантазий и планов. В левой верхней части карты «флажок входа» разместили 25% студентов. Это указывает, что в ситуации принятия решения юноши и девушки в значительной степени руководствовались эмоциями и ориентировались на свой прошлый опыт. Данные респонденты ассоциировали себя, с одной стороны, с архетипическими образами Искателя и Простодушного (в их позитивных проявлениях), что подтверждает переживание ситуации неуверенности, нерешительности, эмоционального восприятия реальности, а с другой, с образами Любовника и Шута, что говорит о стремлении к воплощению своих желаний и сохранении направленности на жизненные удовольствия, присущие данному возрасту.

Около 11% респондентов «флажок входа» расположили в центральной нижней части карты, т. е. они осуществляли выбор профессии, основываясь на стремлении к реализации реальных планов, обладая «почвой под ногами». Интересно, что данные юноши и девушки чаще ассоциировали себя с архетипическими образами Правителя и Волшебника (в их позитивных проявлениях), т. е. неосознанно представляли себя обладающими властью и особой, «волшебной» силой.

«Флажок цели» в правой части карты расположился у преобладающего числа респондентов ($\approx 87\%$, 47 чел.). Мы рассматриваем этот факт как позитивный, т. к. его смещение в правую часть свойственно людям, «ориентированным в будущее», стремящимся к социальным достижениям, инновациям [4, № 3]. При этом наибольшее число респондентов ассоциировали себя с образами Героя, Творца, Правителя (в их позитивных проявлениях) и Волшебника (преимущественно в позитивных проявлениях). Это представляется нам вполне закономерным – студенты неосознанно воспринимают факт овладения профессией как готовность принять вызов, как ресурс действия и власти, возможность обладать особыми возможностями (недоступными другим) и проявлять их, совершенствовать свое мастерство. В то же время в данной подгруппе оказались респонденты, ассоциирующие себя как овладевших выбранной профессией с образами Любовника и Шута (как в позитивных, так и в негативных проявлениях). Т. е. данные юноши и девушки, представляя себя в профессии, неосознанно заявляют, во-первых, о существовании потребностей в принадлежности к референтной группе, общении, ориентации на удовольствия, а во-вторых, о наличии у них определенных иррациональных характеристик – проявлении грез, бурных эмоций.

«Флажок цели» ближе к левой центральной части карты расположили 7 юношей и девушек ($\approx 11,5\%$), ассоциирующих себя с образами Искателя, Простодушного и Бунтаря (позитивные и негативные аспекты). Это характеризует их как лиц, настроенных на то, что овладение выбранной профессией не уменьшит, а, наоборот, лишь усилит их беспокойство и переживания. Они неосознанно заявляют, что обретение выбранной профессии не освободит их от власти утопических идей и фантазий, и лишь усилит потребность в риске и независимости (способную обрести деструктивный характер).

Формат данной статьи не позволяет подробно остановиться на особенностях «прохождения маршрута», поэтому мы ограничимся анализом архетипических образов – сопровождающих, помощников и противодействующих фигур, с которыми у участников исследования ассоциируется путь их профессионального становления. Так, среди помощников и сопровождающих в основном присутствуют образы Заботливого, Мудреца, Волшебника и Славного малого в их позитивных аспектах. Данный выбор является совершенно предсказуемым – че-

ловеку свойственно надеяться на помощь и поддержку, позволяющие реализовать потребности в стабильности, самореализации и самосовершенствовании; естественной является и ориентация на принадлежность к референтной группе и жизненные удовольствия.

Интересным оказался выбор значительным числом респондентов ($\approx 57\%$) архетипического образа Шута (в позитивных и негативных аспектах) в качестве помощника «прохождения маршрута». Шут – образ, неосознаваемо обуславливающий направленность на сферу удовольствий, игры и развлечения [6], в своих позитивных проявлениях характеризовался респондентами как беззаботный, смешной, веселый, ловкий, изворотливый; а в негативных – как лицемерный, подлый, лживый, двуличный. Эти качества в основном совпадают с характеристиками, определяющими архетип Трикстера [1]. Т. е. респонденты, принимавшие участие в исследовании, неосознанно допускают проявление у себя данных личностных качеств, предполагая с их помощью овладеть выбранной профессией.

Другой интересный факт выявлен при анализе архетипических образов, противодействующих процессу профессионального становления респондентов. Так ими был выделен целый ряд персон, среди которых на первом месте, по частоте встречаемости – Правитель, на втором – Бунтарь и Волшебник, на третьем – Любовник и Шут. Образы Бунтаря, Волшебника, Любовника и Шута проявляются как в позитивных аспектах (как противостояние процессу профессионального становления стремления к риску, реализации себя в других сферах деятельности, ранее неизведанных, ориентации на удовольствия и развлечения), так и в негативных аспектах (как противодействие неких разрушительных сил, иногда неподвластных человеческим возможностям, «коварных», «потусторонних», «волшебных», несущих оттенки зла).

Наиболее часто встречающийся противостоящий образ Правителя юноши и девушки, овладевающие избранными профессиями, воспринимают в основном в его позитивном аспекте. Т. е. обеспокоенность вопросами власти, имиджа, статуса, авторитета и престижа является мощным противодействием профессиональному развитию для студентов, предполагающих свою дальнейшую деятельность в юридической, экономической, управленческой, образовательной сфере. При этом значимых различий в выраженности данных образов у студентов различных специальностей выявлено не было. Более того, в качестве ответов на вопрос «кто может реализовывать функции Правителя?» наиболее часто встречались ответы «социум», «общество» и «государство». В связи с этим возникает определенный парадокс – на уровне осознания юноши и девушки заявляют о социальной значимости и востребованности выбранных ими профессий, но на неосознаваемом уровне выражают социуму существенное недоверие.

В качестве выводов можно сказать следующее: во-первых, у юношей и девушек, принимавших участие в исследовании, существует серьезное рассогласование осознаваемых и неосознаваемых мотиваторов развития профессионализма; во-вторых, лица, для которых актуальны общественная и личная значимость профессии; удовлетворение, которое приносит работа благодаря ее творческому характеру, возможность общения и управления людьми допускают в процессе овладения выбранной профессией проявление широкого спектра негативных личностных характеристик, внешне не одобряемых социумом.

Данное исследование представляет собой апробацию описанной выше методики анализа неосознаваемых побудителей и сопроводителей профессионального становления личности на выборке юношей и девушек в возрасте 19–22 лет. В дальнейших исследованиях мы планируем расширить возрастные рамки выборки и проанализировать гендерную специфику проявления данных феноменов.

Библиографический список

1. Агавелян О. К., Перевозкин С. Б., Перевозкина Ю. М. Вербально-визуальные характеристики архетипов в современных представлениях личности // Сибирский вестник специального образования. – 2011. – № 1. URL: <http://sibsedu.kspu.ru/>
2. Биркхойзер-Оэри С. Мать: Архетипический образ в волшебных сказках. – М. : Когито-Центр, 2006. – 255 с.
3. Давыдов А. И. Архетип: диапазон значений в прикладном психоанализе культуры // Символическое и архетипическое в культуре и социальных отношениях : мат-лы междунар. науч.-практ. конф. – Пенза–Прага : Социосфера, 2011. – С. 22–25.
4. Зинкевич-Евстигнеева Т. Д. Архетипические основы бизнеса, или У-каминные размышления // Бизнес-Ключь. – 2008. – № 2–3.
5. Кэмпбелл Д. Тысячеликий герой. – М. : АСТ, 1997. – 384 с.
6. Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов. – СПб. : Питер, 2005. – 336 с.
7. Нойманн Э. Происхождение и развитие сознания. – М. : Рефл-бук, 1998. – 464 с.
8. Родионова Е. А. Мотивация и стимулирование персонала в организации. – СПб. : СПбГУ, 2008.
9. Чугунова Э. С. Социально-психологические особенности профессиональной мотивации и проблемы творческой активности // Психологический журнал. – 1985. – Т. 6. – № 4. – С. 73–86.
10. Юнг К. Г. Архетип и символ. – М. : Ренессанс, 1991. – 304 с.
11. Юнг К. Г. Душа и миф: шесть архетипов. – Киев : ГБЮДО, 1996. – 384 с.

© Н. В. Буравцова