

ФАКТОРНА СТРУКТУРА АРХЕТИПІВ ПСИХОЛОГІВ НА ЕТАПІ ВТОРИННОЇ ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЇ

О.М. Танасійчук

Херсонський державний університет, prioralaunch@gmail.com

Науковий керівник: кандидат психологічних наук, доцент Н.І. Тавровецька

Вступ. Архетипи є частиною нашого життя. Реклама продуктів, анонси програм, обзори новинок, піар-акції містять в собі «закодовані» образи, символи зі своєю специфічною інформацією, яка не сприймаються через аудіальні канали свідомого, а впливають безпосередньо на несвідоме особистості через візуальне сприйняття. Так само з вибором професійного спрямування. На початкових етапах професійного самовизначення абітурієнти керуються соціальносформованими архетиповими образами, які в процесі професійної підготовки набувають індивідуалізованих рис та розуміння специфіки діяльності.

Постановка проблеми. Останнім часом архетипи стають все більш актуальними у сфері мас-медіа, практичній психології, філософії та соціології. Проте багато авторів та представників сфер обслуговування до кінця не розуміють сутність поняття «архетип», використовуючи його в якості терміну, що зацікавлює та привертає увагу, таким чином втрачається його специфічність, унікальність в психологічному плані, і замість наукового змісту він набуває суспільно-популярного. Найбільш розробленою ця тема стосується професійної сфери реалізації, тому ми продовжимо тенденцію до адаптації архетипового в науковому аспекті, а саме через спостереження динаміки архетипів професійного становлення. Дана стаття є лише одним із аспектів досліджуваного питання.

Мета статті – розкрити та проаналізувати архетипові образи психологів-професіоналів, що знаходяться на вторинному етапі професіоналізації. Науково-дослідні завдання: 1. Висвітлити результати емпіричного дослідження;

2. Сформувати факторну структуру архетипових образів психологів на етапі вторинної професіоналізації.

Виклад основного матеріалу. Історія формування уявлень про архетипи починається з античності, але згасає на теренах України та держав СНГ. Відродження починається з початком двохтисячних, і на цих етапах набуває наукового змісту. В цей час, Т. Яценко зазначала, що «архетип» відтіняє функціональний та процесуально-практичний аспекти символізації змісту несвідомого та забезпечує синтезування образів колективного несвідомого з індивідуально-неповторним змістом у процесі вираження семантики несвідомої сфери [5].

Досить довгий час Т. Зінкевич-Євстігнеєвої займалася дослідженням архетипів, розглядаючи їх як основу забезпечення стабільності, що відповідають за порядок речей в світі, є засобами для подолання та підпорядкування хаосу. Тобто вони супроводжують та допомагають людині подолати етап внутрішньої трансформації. Джерелом архетипів є казки, міфи, легенди, пісні [2].

Більш сучасні погляди відображаються у роботах О. Попової. Науковець розглядає архетип як основу колективного несвідомого, що є інстинктивною основою розвитку людства (вслід за К. Юнгом). Архетипи – це образи, що наповнюючись змістом індивідуального буття людини, стають усвідомленими та зрозумілими. Для того, щоб у повній мірі досягнути ці образи необхідно асимілювати та інтегрувати ці символи [3]. Архетип – постійне схематичне інваріативне ядро, скелет для багатьох міфологічних сюжетів та мотивів в їх межовій абстракції. Архетипи забезпечують наскрізну єдність людської культури та є константними домінантами, в яких об'єднуються різноманітні етносецифічні міфологеми [3].

М. Боднар, у своїй статті, розглядає архетип як символічну формулу конкретного етносу, що впливає на процес етнічної ідентифікації, формування свідомості та самосвідомості, ціннісно-сміслової сфери, національного характеру. Також дослідниця вважає, що архетипи є вагомими чинниками для

особистісного зростання, саморозвитку, самоактуалізації, а також зазначає про домінування архетипового пласту на певних вікових етапах [1].

Більш детально можливо ознайомитися в наших статтях, зокрема у роботі з класифікації архетипів [4].

Таким чином, на основі викладеного вище матеріалу можна визначити архетип як закріплену ідеальну модель поведінки, ритуалів, дій, образів, які сприяють формуванню категорій мислення, утриманню реальності та є домінуючими при світосприйнятті та реакції на навколишню дійсність. Вони сформовані на основі загальнолюдського досвіду та здобутків цивілізації.

Обґрунтування методів і методик дослідження. У статті висвітлюються результати однієї з необхідних груп в межах дослідження трансформації архетипових образів спеціалістів на різних етапах професійного становлення.

На початку був використаний «Опитувальник стадії професійного становлення», авторство якого належить О. Кокуну. За допомогою цієї методики ми відфільтрували результати психологів саме вторинного етапу професіоналізації. Для дослідження архетипових образів методики діагностики були структуровані у два етапи: 1 етап – написання казки за алгоритмом А. Яцюк, в авторській модифікації, який має лише одну відмінність від оригінальної методики – написання тематичної казки (про свій професійний шлях) з використанням двох персонажів (позитивного та негативного). Цей етап є підготовчим, відбувається формування образів, їх диференціювання та виділення з несвідомої частини психіки; 2 етап – це оцінка героя та антигероя за шкалами методики «Особистісний диференціал» (варіант, адаптований в НДІ ім. Бехтерева). На початку дослідження студенти оцінювали, за допомогою запропонованої методики, власні якості, для можливості статистичного порівняння результатів.

Для обробки та інтерпретації отриманих даних ми застосували факторний аналіз та коефіцієнт лінійної кореляції Пірсона, що розраховувався за допомогою комп'ютерної програми SPSS 17.0.

Аналіз одержаних наукових результатів. Проведений факторний аналіз дав нам можливість виокремити чіткі образи. Для назви факторів були використані архетипи, які були дані типології Майерс-Бригс, що була розроблена на базі типології К. Юнга, Девідом Кейрсі. На нашу думку, дана типологія є найбільш інформативною та різнобічною.

Факторна структура образу Я складається з чотирьох компонентів та представлена в табл. 1.

Таблиця 1

Факторна матриця образу Я та героя після обертання варімакс

Характеристики	Факторні образи я				Характеристики	Факторні образи героя			
	1	2	3	4		1	2	3	4
Сильний	,257	,466			Відкритий		,631	,201	
Балакучий		,598	,130	,145	Добрий		,273	,102	,956
Добросовісний	,633	,178		-,182	Діяльний	,862			-,102
Відкритий		,805	,177	-,235	Енергійний	,956		-,199	
Добрий	,598	-,101	,396	-,181	Напружений	-,345		,933	
Чуйний	,141	,105	,979		Дружелюбний		,727		,356
Рішучий		-,141	-,100	,696	Впевнений	,626		-,383	-,126
Справедливий	,665	,120		,118	Товаристський		,973	-,222	
Дружелюбний	,288	,271	,682		Чесний	,797			,178
Впевнений		,211		,942	Чуйний		,333	,490	,150
Товаристський	,140	,780		,120					
Чесний	,830		,281						

Фактор 1 має найбільшу вагу та інформативність (17,42%), який утворено палітрою таких змінних: добросовісність (0,633), добрий (0,598), справедливість (0,665), чесність (0,83). Сукупність запропонованих характеристик, на нашу думку, відповідає профілю «Адвокат».

Фактор 2 (внесок до сумарної дисперсії – 17,04%) представлено характеристиками: сильний (0,666), балакучість (0,598), відкритість (0,805), товариськість (0,780) – та дістав назву «Захисник», відповідні до соціальної ролі.

Фактор 3 (інформативність – 14,43%) утворено детермінантами чуйність (0,979) та дружелюбність (0,682), й інтерпретується як «*Опикун*».

Сукупність дисперсії *фактора 4*, складає 13,04 від загальної суми, та включає такі характеристики: рішучість (0,696), впевненість (0,942), та може мати назву «*Командир*».

Факторна структура образу героя є чотирьохкомпонентною, результати якої представлені в табл. 1.

Фактор 1 (інформативність складає 28,1%) визначається компонентами: діяльний (0,862), впевнений (0,626), енергійність (0,956), чесний (0,797) – які конкретизується у назві «*Винахідник*».

Фактор 2 (внесок до сумарної дисперсії – 20,82%) репрезентовано низкою характеристик: відкритість (0,631), дружелюбний (0,727), товариськість (0,973). Змістове наповнення дає можливість дати назву «*Вчитель*».

Фактор 3 (сукупність дисперсії складає 14,2% від загальної) представлено компонентами: напружений (0,933), чуйний (0,49) та охоплює сферу професійної реалізації назвою «*Менеджер*».

Фактор 4 (інформативністю 11,26% дисперсії ознак), охоплює індивідуальні ознаки: добрий (0,956) – і можуть називатися як соціальна роль «*Доглядальник*».

Факторна структура образу антигероя, також є чотирикомпонентною та представлена в табл. 2.

Фактор 1, пояснюючи 31% дисперсії ознак, поєднує в собі такі особистісні показники: сильний (0,906), незалежний (0,852), рішучий (0,675), енергійний (0,505), впевнений (0,843) та самостійний (0,825). Якщо змістовно проінтерпретувати особистісні показники, то цей фактор можна назвати «*Полеміст*».

Фактор 2, інформативність якого складає 16,77%, об'єднав показники: справедливий (0,507), напружений (-0,779), дружелюбний (0,871), метушливий (-0,728). Процедурою факторного аналізу поєднанні показники, що відповідають назві «*Віртуоз*».

Факторна матриця образу антигероя після обертання варімакс

Характеристики	Факторні образи антигероя			
	1	2	3	4
Привабливий			-,113	,822
Сильний	,906	,197	-,235	
Балакучий		-,115	,525	,632
Незалежний	,852	,212	-,281	
Рішучий	,675		-,367	,433
Енергійний	,505	,116	,207	
Справедливий	,272	,507		-,151
Напружений	-,165	-,779	,309	-,195
Дружелюбний		,871		-,190
Впевнений	,843		-,132	
Самостійний	,825	,263	-,363	-,103
Мегушливий	-,432	-,728		-,143
Роздратований	-,285	-,210	,930	

Фактор 3 (внесок до сумарної дисперсії 13,22%) визначається компонентом роздратованість (0,903), балакучість (0,525) та отримав назву «*Політик*».

Фактор 4, інформативність якого складає 10,83% від загальної дисперсії, об'єднав показники привабливий (0,822) та балакучий (0,632) та може бути окреслений як «*Артист*».

Підсумовуючи результати емпіричної та статистичної роботи, зазначимо, що дані факторного аналізу уможливили побудову факторної моделі Я, героя та антигероя для можливості їх порівняння. У цьому випадку, ми констатуємо, що виділені фактори є сформованими на основі отриманого досвіду та професійної індивідуалізації.

Висновки. Проведене дослідження дозволило нам сформулювати ряд теоретичних та практичних висновків відповідно до поставлених завдань: 1. Для роботи використано комбінацію методик дослідження, результати за якими, є значущі наукові дані. 2. Виділено, що для спеціалістів вторинної

професіоналізації професійний архетиповий образ Я відповідає факторній структурі з назвою «Адвокат», «Захисник», «Опікун», «Командир». 3. Факторна матриця героя характеризується образами «Винахідник», «Вчитель», «Менеджер», «Доглядальник». 4. Факторизація особистісних характеристик антигероя особистості представлена образами «Політик», «Віртуоз», «Полемік», «Артист».

Перспективами подальших наукових пошуків полягають у продовженні вивчення особливостей формування та становлення архетипних образів професії психолога на різних етапах професійного становлення.

Література:

1. Боднар М. Символічні формули етносу як детермінанти особистісного зростання студентської молоді. *Психологія особистості*. 2010. № 1. С. 132-137.

2. Зинкевич-Евстигнеева Т. Д. Архетипические основы бизнеса, или У-каминные размышления. *Бизнес-Ключь*. 2008. № 2-3. С. 11-18.

3. Попова О. А. Архетипы и мифологема как феномен бессознательного в авторской сказке. *Сборник научных трудов SWorld*. Выпуск 2. Том 19. Одесса: КУПРИЕНКО, 2013. С. 65-69.

4. Танасійчук О.М. Міждисциплінарний підхід до класифікації архетипів. Актуальні проблеми практичної психології : [зб. наук. праць / ред. кол. І.В. Шапошникова, Н.І. Тавровецька та ін.]. 2014. №2. С. 275-285.

5. Яценко Т. С. Психологічні основи групової психокорекції. Навч. посібник. К. : Либідь, 1996. 264 с.