

УДК 159.964.21
DOI 10.32999/ksu2312-3206/2021-3-3

ДИНАМІКА АРХЕТИПОВИХ ОБРАЗІВ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ ПСИХОЛОГІВ-ФАХІВЦІВ

Танасійчук Олена Миколаївна,
старший викладач кафедри психології
ПВНЗ «Медико-природничий університет»
prioralaunch@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9408-0248>

Тавровецька Наталія Іванівна,
кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри психології
Херсонський державний університет
1882181@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9497-7386>

Мета. Ознайомити з методами та результатами дослідження динаміки архетипових образів професійного становлення психологів, що мають різний стаж роботи.

Методи. Аналіз публікацій із рівнем доказовості з використанням баз даних Web of Science, Scopus, eLIBRARY, бібліографії ключових статей. Використовувалися емпіричні методи: алгоритм написання й аналізу казок А. Яцок, в авторській модифікації, у комбінації з методикою «Особистісний диференціал» (варіант, адаптований у Науково-дослідному інституті імені В.М. Бехтерева).

Результати. Проведено психодіагностичне вивчення динаміки архетипових образів професійного спрямування, що розвивається завдяки динаміки чинника активності образу Я, який зростає на етапі професійної адаптації, маючи плато між етапами професійної адаптації та первинної професіоналізації, поступово зростає до етапу професійної майстерності; чинник активності образу героя за тенденцією перебігу схожий на чинник активності образу Я. Тобто образ Персони цілком відповідає образу Я фахівців, вони розуміють та рефлексують своє соціальне обличчя або професійне Я; чинник сили образу Я – спостерігається тенденція вираженості у фахівців на етапі професійної майстерності. Вольові якості особистості виражені у фахівців на етапі професійної майстерності, максимально низькі у спеціалістів, що тільки починають займатися професійною діяльністю; чинник сили образу героя досягає найбільш пікового розвитку на етапі професійної майстерності; чинник оцінки образу антигероя для спеціалістів узагалі не має значення через тенденцію до високого рівня саморефлексії, унаслідок чого повноцінного аналізу власних негативних якостей та прийняття їх у повному обсязі; чинник сили образу антигероя поступово зростає та набуває адекватної оцінки, уникає знецінення, але спостерігається спадання в оцінці вольових якостей особистості на етапі професійної діяльності, що є свідченням або прийняття своєї Тіні або вираженості в особистості негативних професійних характеристик.

Висновки. У процесі оброблення статистичних даних було встановлено найбільше змін в образі Я досліджуваних, а саме за чинниками сили, активності образу Я, а також чинника сили образу антигероя.

Ключові слова: професіоналізація, архетип, модель, образ, Я, фактор, активність, сила, оцінка.

DYNAMICS OF ARCHETYPICAL IMAGES OF PSYCHOLOGISTS' PROFESSIONAL ORIENTATION

Tanasiichuk Olena Mykolayivna,
Senior Lecturer at the Department of Psychology
Private Higher Educational Institution "Medical University of Natural Sciences"
prioralaunch@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9408-0248>

Tavrovetska Natalia Ivanivna,
Ph. D. in Psychology, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Psychology
Kherson State University
1882181@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9497-7386>

Purpose. To acquaint with the methods and results of the study of the dynamics of archetypal images of professional development of psychologists with different work experience.



Methods. Analysis of publications with the level of evidence, using databases Web of Science, Scopus, eLIBRARY, and a bibliography of key articles. Empirical methods were used: A. Yatsyuk's algorithm for writing and analyzing fairy tales, in the author's modification in combination with the "Personal Differential" method (a variant adapted from the Bekhterev Research Institute).

Results. A psychodiagnostic study of the dynamics of archetypal images of professional orientation, which develops due to the dynamics of the activity factor of the self-image, which grows at the stage of professional adaptation, having a plateau between stages of professional adaptation and initial professionalization, gradually increasing to the stage of professionalism; the factor of activity of the image of the hero in the trend is similar to the factor of activity of the image of I. That is, the image of the Person fully corresponds to the image of the Self of specialists, they understand and reflect their social face or professional self; factor of the strength of the image I. There is a tendency of expression in specialists at the stage of professional skill. Volitional qualities of the personality are expressed in specialists, at the stage of professional skill, and as low as possible in specialists who are just beginning to engage in professional activities; the factor of strength of the image of the hero reaches the peak development at the stage of professional skill; the factor of assessing the image of the antihero for specialists does not matter at all, due to the tendency to a high level of self-reflection, and as a consequence, a full analysis of their own negative qualities and their acceptance in full; The strength factor of the image of the antihero gradually increases and acquires an adequate assessment, avoiding devaluation, but there is a decline in the assessment of volitional qualities of the individual at the stage of professional activity, which is evidence or acceptance of his shadow or expression of negative professional characteristics.

Conclusions. In the process of processing statistical data, the greatest changes in the image of the self were studied, namely the factors of strength, activity of the image of the self, as well as the factor of strength of the image of the antihero.

Key words: *professionalization, archetype, model, image, self, factor, activity, strength, evaluation.*

Вступ

Історичні умови, у яких розвивається особистість, впливають на свідомість людини та суспільство загалом. Сучасність пов'язана з динамічними процесами економічних, соціальних, політичних перетворень, комп'ютеризацією багатьох сфер життя, що стосуються функціонування особистості, зміною моральних та ціннісних аспектів спонукальної сфери. Усе означене впливає на проявлення архетипових образів у новій ментальній формації. Умови існування, хоча і стосуються конкретного індивіда, але впливають на соціум загалом. Суспільна свідомість структурується на основі загальних категорій, які є архетиповими за своєю природою та суттю, їх формування пов'язане з подіями та ситуаціями, що відбуваються в житті цілої країни, але у процесі особистісної інтеріоризації індивідуальне несвідоме наділяється низкою малодиференційованих імпліцитних образів, а саме архетипів.

Архетипи як наукова тематика виникли та реалізуються в межах теоретичного вивчення та дослідження в галузях філософії, літератури та психологічної практики. Недостатність теоретичної інформації щодо архетипового та його проявів іде в розріз із запитом психологів-практиків, які не тільки досліджують архетипи, а й використовують знання про особистісний архетип у корекційній роботі.

Архетипове є всезагальним, апріорним поняттям, що охоплює багато різних сфер та галузей. З метою визначення наукових меж нами було обрано для дослідження архетипові образи у сфері професійного становлення. Дослідження особистості фахівця в нових умовах праці, реформування системи освіти, ведення нових посад та гаджетів для реалізації професійної діяльності набувають особливої актуальності.

Метою статті є висвітлення результатів емпіричного дослідження професіоналів-практиків психологічного спрямування.

Завдання статті: 1. Теоретично обґрунтувати можливість дослідження архетипового через казкові елементи; 2. Представити результати емпіричного аналізу груп різних етапів професійного становлення.

1. Теоретичне обґрунтування проблеми

Першим і важливим аспектом нашої роботи є визначення та розрізнення понять «архетип» і «архетиповий образ», які мають спільні характеристики, але не є тотожними.

У працях Л. Гоц (Гоц, 2017) надано чітке визначення окреслених понять. Так, «архетип» визначається як універсальна незмінна інваріантна базова психічна структура, що регулює психічне життя індивідуума, полягає в аналізі та рефлексії зовнішнього та внутрішнього досвіду відповідно до наперед заданого зразка.

Архетипні образи – необмежено варіативні, конкретні репрезентанти архетипу у свідомості (образи та мотиви сновидінь, міфів, казок, художніх творів тощо), внутрішня структура яких зумовлена універсальними інваріантами, «прихованими» архетипами. Архетип, який трансформується в архетиповий образ, доповнюється найрізноманітнішим образним, сюжетним змістом, унаслідок чого здатний набувати все нових актуальних форм.

Л. Гоц (Гоц, 2017) зазначає, що вживання понять «архетип» і «архетиповий образ» як тотожних є методологічною та теоретичною помилкою, оскільки в такому разі різні характеристики архетипу або його варіації, структурні частини набувають претензії на роль культурної універсалії.

Важливо зазначити, що професійний образ Я також не можна розглядати як архетип Self, оскільки дана категорія вміщує лише уявлення

особистості про саму себе, може виступати внутрішнім регуляційним центром, на думку О. Кухаренко (Кухаренко, 2018).

Евристична цінність дослідження архетипів у професійній сфері лише починає підвищуватися у психологічній науці. Починаючи з робіт Дж. Хілман (Hilman, 2013) чітко визначений вплив архетипів на особистість у своїй холистичності, зокрема простежується їхня детермінація у професійній сфері. Першопочатково з'являються образи, що стосуються сфери пізнання, інстинктивної основи індивіда, що реалізується на афективно-вольовому рівні. У сфері свідомого розуму інстинкт сприймається в образній формі. У сфері поведінки образи виявляються в інстинкті. Принцип, який організовує феномен образності, принцип, що забезпечує психічну реальність специфічними патернами і звичними властивостями – універсальністю, типовістю прояву, регулярністю, постійною повторюваністю протягом багатьох століть, – це і є «архетип». Архетип знаходить свою енергію в інстинкті та реалізує через поведінку, тобто архетип – «поведінковий патерн» інстинкту, його значення або його «психічний еквівалент».

К. Пірсон та М. Марк (Марк, Пірсон, 2005), вивчаючи окреслену тему, дали визначення, що характеризує архетипи як психологічні структури, що знаходять своє відображення в символах, образах або темах, які є культурально пов'язаними через час або рівень розвитку цивілізації. Архетипи є складником особистості, інтернально розміщувачись, можуть мати різні варіації прояву. Основними чинниками різноманітності прояву є індивідуальність особистості, культура, середовище, у якому людина проживає, а також конкретна історична епоха. Тобто залежно від індивідуально-типологічних якостей особистості та набутого досвіду у процесі онтогенезу інтерпретують події, що мають місце в житті індивіда, по-різному.

Найявні дослідження, в основу яких покладена гіпотеза про тісний взаємозв'язок психологічного професійного спрямування й архетипів як особистісних психічних структур. Так, О. Доценко та Т. Борко (Доценко, Борко, 2002) у своїй роботі зазначали, що у професійну психологічну діяльність частково покладена робота з міфами як культуральним суспільним досвідом та особистісними образами, які, у свою чергу, виступають стимулом або тригером для професійної діяльності.

М. Фабер та М. Майєр (Faber, Mayer, 2009), базуючись на поглядах Карла Юнга, розглядали архетиповий образ як окремий структурний компонент архетипу як внутрішньої ментальної моделі типового, яка орієнтується на певний культурально заданий образ, який резонує із самою людиною. Більшість сучас-

них дослідників стверджують, що архетипові моделі передаються через культуру, а не біологію, як спочатку стверджував К. Юнг.

В. Малоні (Maloney, 1991) цитує групу досліджень у кількох сферах, які підтримують ідею, що розум внутрішньо структурований. Ранні знання формують і суб'єктивний досвід та патерни поведінки. З архетиповими ментальними моделями індивід має рамки, якими оперує, розуміє та досліджує. Крім того, В. Малоні встановив, що людина, розглядаючи гіпотетичну довгострокову перспективу, встановлює взаємозв'язок з архетиповими образами зображень, зокрема антропоморфною та неантропоморфною моделями, що можуть викликати афективні відповіді, як теоретизував К. Юнг (Jung, 2010). Такі дослідження підтверджують гіпотезу, що сам архетип ніколи не виражається, радше це представляється у використанні зображень та символів, щоб відповідати певним темам чи мотивам, які є скрізь, як зазначали Т. Бреді та С. Хард. На думку науковців, архетипи проявляються різними способами в культурі; вони стилізують наші історії, орієнтують нас на майбутнє та формують нові значення (Hart, Brady, 2005).

С. Вієн (Veen, 1994) під час проведення аналізу можливостей репрезентації архетипових образів зазначав, що необхідно розглядати архетипи як невербальні структури, символічне мовлення, яке знаходить своє втілення у сподіваннях, страхах, мріях та бажаннях. Отже, залежно від обставин, вони можуть бути колективними та індивідуальними, об'єктивними та суб'єктивними.

Питання дослідження архетипів є відкритим та дискусійним. К. Юнг наголошував (Jung, 2010), що міфи є одним із способів вивчення архетипового образу особистості, оскільки в них відображається поведінковий патерн людини, описується її емоційний стан та дається оцінка ситуації. У продовження описаної вище ідеї Дж. Хілман (Hilman, 2013) знаходимо підтвердження в його роботах про селективну функцію міфу, під якою мається на увазі, що в міфі відображається зразок поведінки, який є прийнятним для особистості на несвідомому рівні.

Якщо розглядати міф як інструмент для діагностики та корекції, то необхідно підкреслити значущість казки, прислів'я, приказки та метафори, які, на думку А. Одінцової (Одінцова, 2014), виступають національним сховищем культурального й етнічного досвіду, що реалізується через поведінковий патерн у різних життєвих контекстах. Крім того, А. Одінцова (Одінцова, 2014), презентувала психологічний та психолінгвістичний потенціал казки, чим довела можливість її використання як психологічної методики, на що ми спиралися



під час формування бази методів та методик для нашого дослідження.

Важливо окреслити також нейрофізіологічну основу формування архетипових образів, що виступає додатковим аргументом для використання казки в діагностичній та практичній роботі.

Процес імагінації (уявлень), за Х. Турецькою й О. Сазоною (Турецька, Сазонова, 2019), пов'язаний зі здібностями нейронів мозку формувати та підтримувати уявлення про об'єкт, який натепер недоступний у сенсорному середовищі суб'єкта, але колись з'являвся в досвіді індивіда. Як винятковий випадок, ментальний образ може формуватися на основі вроджених, генетично закодованих енграм. Цей процес реалізується залученням структур лівої скроневої частки кори головного мозку, префронтальної та тім'яної областей аж до скроневої частки.

Імагінація – це не лише відтворення, це реалізація здатності нейронних ланцюгів об'єднуватися способом, який є новим або нестандартним порівняно з отриманими раніше перцептивними образами для створення креативних продуктів. Завдяки уяві ми можемо не лише прогнозувати реальні події, але й насичувати наше сприйняття світу й навіть формувати альтернативні образи. Уява також пов'язана із внутрішньою мовою, яка є ознакою самосвідомості особистості. Уявлення і формування образів уяви – це прояв іншого процесу – самопроєкції, який залучає медіальну, тім'яну та лобні долі, або ж дефолт-систему, головного мозку.

В. Білоус (Білоус, 2016), маючи практичний досвід роботи з казкою, зазначає, що казка є технікою практичної психологічної роботи, яка базується на реалізації сприйнятого раніше архетипового образу, який проявляється через поведінковий патерн та дозволяє перевести неусвідомлені мотиви поведінки на рівень свідомості.

2. Методологія та методи

Для емпіричного дослідження архетипових образів становлення професійного спрямування було обрано алгоритм написання й аналізу казок А. Яцюк, в авторській модифікації (що полягала у зміні інструкції й орієнтації досліджуваних на професійний шлях). Казку було доповнено методикою «Особистісний диференціал» (варіант, адаптований у Науково-дослідному інституті імені В.М. Бехтерева), яка дозволила перевести суб'єктивні уявлення особистості в об'єктивні образи.

Поділ фахівців за групами здійснювався на основі теоретичних уявлень українського психолога О. Кокуна (Кокун, 2015), який окреслив такі групи: група спеціалістів, що перебувають на етапі професійної адаптації; психологи на етапі первинної професіоналізації; практика

вторинної професіоналізації; спеціалісти, з високим рівнем професійної майстерності.

Дослідження фахівців було реалізовано в дистанційному форматі, з постійною онлайн-підтримкою. Базами для діагностики фахівців психологічного спрямування стали такі заклади, як: Херсонський державний університет, КНП «Херсонський обласний госпіталь ветеранів війни» Херсонської обласної ради та КНП «Миколаївський обласний госпіталь ветеранів війни» Миколаївської обласної ради (співробітники та пацієнти-психологи), практичні психологи закладів МОН м. Херсона та м. Миколаєва, інші. Показник національності був значущий, тому було відібрано лише психологів з України.

3. Результати та дискусії

Професійна діяльність є важливою умовою становлення та розвитку особистості. У процесі професійної діяльності фахівців відбувається поступове узгодження самої професійної діяльності, її вдосконалення та підвищення ефективності. Встановлення динаміки архетипових образів здійснювалося з використанням програми SPSS 17.0 за допомогою функції дисперсійного однофакторного аналізу.

Таблиця 1

Результати порівняння характеристик професійного становлення й архетипових образів за ANOVA

Характеристики	F	P
Я: фактор сили	10,461	0,000
Я: фактор активності	4,376	0,005
Герой: фактор оцінки	1,000	0,393
Герой: фактор сили	2,296	0,078
Герой: фактор активності	0,713	0,545
Антигерой: фактор оцінки	0,604	0,613
Антигерой: фактор сили	2,909	0,035
Антигерой: фактор активності	0,194	0,900

У процесі математичної обробки нами було встановлено, що зміни в разі переходу між групами професійного становлення чітко виражені в компонентах (див. табл. 1): фактор сили образу антигероя ($F_{\text{емп.}} = 2,909$, за $p \leq 0,05$), фактор активності образу Я ($F_{\text{емп.}} = 4,376$, за $p \leq 0,01$), фактор сили образу Я ($F_{\text{емп.}} = 10,461$, за $p \leq 0,01$). Статистичних зв'язків не встановлено між такими показниками, як: фактор сили образу героя, фактор оцінки образу героя, фактор активності образу героя, фактор активності образу антигероя, фактор оцінки образу антигероя. Тобто ці показники залишаються стабільними протягом професійної діяльності.

Щоб установити й описати напрям зміни ознаки між групами, ми графічно представили результати (див. рис. 1). На рисунку під віссю

групи заковано: 4 – стадія професійної адаптації, 5 – стадія первинної професіоналізації, 6 – стадія вторинної професіоналізації, 7 – стадія професійної майстерності.

Фактор сили образу Я (див. рис. 1) змінюється в разі переходу від стадії професійної адаптації та первинної професіоналізації (де має однакові показники) та різко зростає під час переходу до етапу вторинної професіоналізації з подальшим підвищенням до стадії професійної майстерності. Вольові якості посилюються та набувають яскравої вираженості на більш пізніх етапах професійного становлення, можливо, через набуття належного професійного досвіду виконання професійних функцій. У процесі спілкування з людьми формуються та вдосконалюються навички самоконтролю, а також розуміння того, що професійна діяльність має здійснюватися в межах етичних норм, також стимулює витримку та вимогливість особистості. Загалом, у разі досягнення етапу професійної майстерності особистість має сформовану вольову сферу, що підкріплюється набутим професійним

досвідом та «закостенінням» особистості, її індивідуально-типологічних якостей.

Фактор активності образу Я (див. на рис. 2) також має тенденцію до зростання, але більш плавну порівняно з фактором сили, найбільш різкий скачок відбувається в разі переходу між групами первинної та вторинної професіоналізації. Спілкування із часом набуває значущості та явно має не просто ситуативний характер, а й особистісний, професійний, рекомендаційний тощо. Також спостерігається тенденція до швидкого встановлення контактів з оточенням, формування довірливих та відкритих взаємин.

Фактор сили образу антигероя (див. рис. 3) має максимальні показники на стадії первинної професіоналізації з подальшим зниженням до стадії професійної майстерності. Показники фахівців професійної адаптації дещо нижче тих, хто перебуває на стадії вторинної професіоналізації. Тобто найбільш виражена Тінь на етапі первинної професіоналізації, надалі вплив її зменшується пропорційно досвіду, на етапі адаптації вона також не має

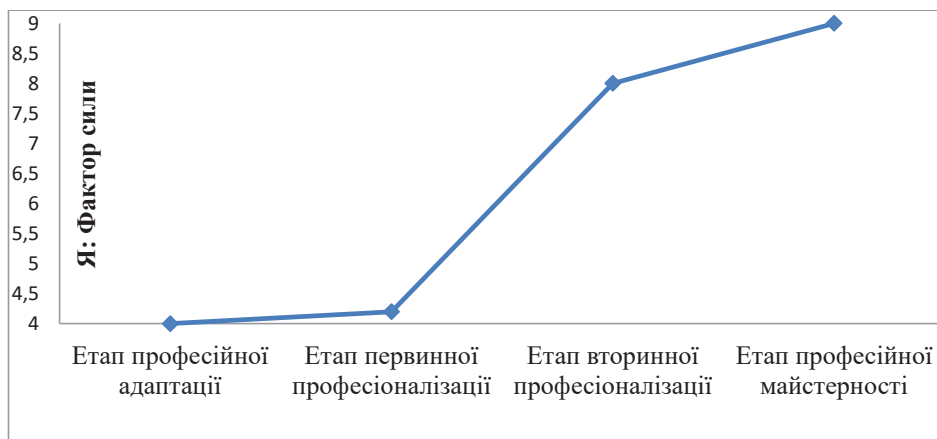


Рис. 1. Динаміка фактора сили Я спеціалістів

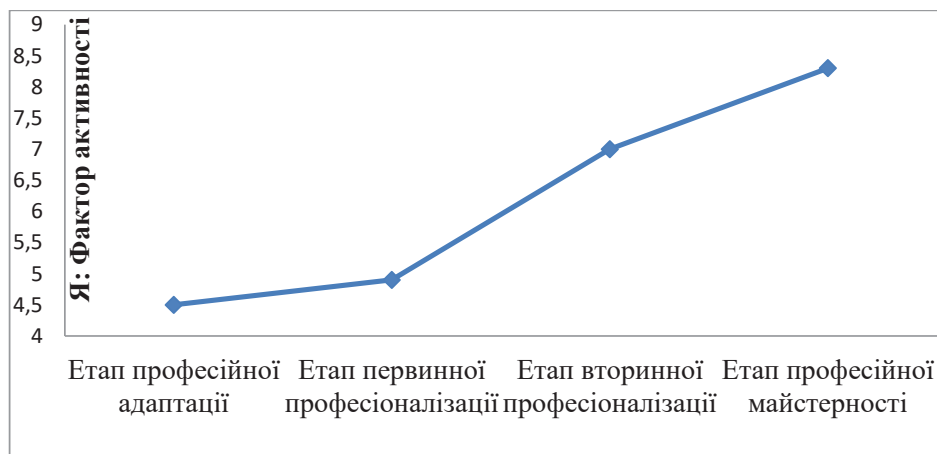


Рис. 2. Динаміка фактора активності Я спеціалістів

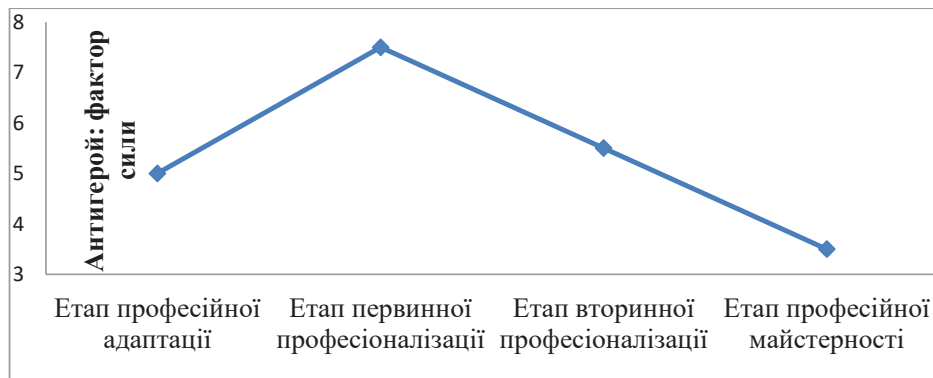


Рис. 3. Динаміка фактора сили архетипового образу антигероя спеціалістів

максимальних показників, що є свідченням домінування на цьому етапі Персони. Якщо порівнювати графіки фактора сили Я-спеціалістів і антигероя, вони є зворотно пропорційними один до одного, що є свідченням домінування тінювих характеристик особистості на етапі первинної професіоналізації зі зростанням впливу Я-особистості, починаючи з етапу вторинної адаптації і до майстерності.

З отриманих результатів математичної статистики з використанням достовірних методів аналізу було встановлено значущі зміни лише в образі антигероя (що є прототипом Тіні) за фактором сили. Тобто для наших досліджуваних на етапі первинної професіоналізації найбільш складними є такі процеси, як самоконтроль та самоопанування, можливі нервові зриви, що пов'язані з домінуванням у цей період тінювих характеристик. Але з набуттям практичного досвіду, необхідних знань, умінь та навичок досягаються рівновага та розвиток вольової сфери.

Тінь відіграє надзвичайну роль у психічному здоров'ї особистості, оскільки піднімає з несвідомого тривожні та невротичні імпульси, емоційна сфера наповнюється негативними, спочатку недиференційованими відчуттями, що можуть розвинути до клінічних чітких форм, наприклад, генералізованого тривожного розладу, панічних атак, ПТСР тощо. Поведінка особистості формується відповідно до внутрішнього емоційного стану. Образи, у свою чергу, пов'язані з негативними переживаннями, формуються у несвідомому або беруться готові зі ЗМІ, книг, журналів. Не визначено, що є первинним у даній схемі, а що вторинним – образ породжує емоції, а емоції – поведінку, або

навпаки. Але є встановленим той факт, що зміни в будь-якій складовій частині приводять до зміни всієї системи, тобто як образ впливає на емоції, так і зміна поведінки на образ. Домінування Тіні на даному етапі пов'язано з дезорієнтацією у професійній діяльності, відсутністю наставника або куратора на етапі входження у професію, формуванням негативного образу закладу, організації діяльності або інше. Важливо відчувати, що особистість нагнітає негативні емоції, прийняти їх, відрефлексувати та знайти в них ресурс і шлях до вирішення проблеми.

Висновки

У підсумку необхідно резюмувати, що у процесі оброблення статистичних даних було встановлено найбільше змін в образі Я досліджуваних. Вольові якості посилюються та набувають яскравої вираженості на більш пізніх етапах професійного становлення, можливо, завдяки набуттю належного професійного досвіду. На жаль, із часом знижується кількість соціальних контактів, що впливає на соціальну активність індивіда в бік зменшення. Крім того, було встановлено зміни у вольових якостях антигероя, найбільш виражена Тінь на етапі первинної професіоналізації, надалі вплив її зменшується пропорційно досвіду, на етапі адаптації вона також не має максимальних показників, що є свідченням домінування на цьому етапі Персони.

Перспективи подальших досліджень полягають у порівнянні архетипових образів фахівців з подібним гуманітарним напрямом професійної діяльності та технічним. Досить цікавими є механізми формування архетипових образів та їхня специфіка в інших напрямках професійного спрямування.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Білоус В. Використання психотерапевтичних методик у роботі шкільного психолога з учнями. *Таврійський вісник освіти*. 2016. № 1. С. 250–258.
2. Гоц Л. Архетип і архетипний образ: проблеми термінології у дослідженнях культури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2017. № 4. С. 52–57. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2017_4_13 (дата звернення: 10.06.2021).

3. Доценко Е., Борко Т. Практический психолог как шаман. *Журнал практического психолога*. 2002. № 6. С. 5–15.
4. Єременко Л. The factors of job satisfaction and motivation of professional activity. *Теорія і практика сучасної психології*. 2018. № 1. С. 146–149.
5. Засєкіна Л. Українські прислів'я і приказки як психолінгвістичний ресурс когнітивно-поведінкової терапії тривожних розладів. *Психологічні перспективи*. 2014. № 24. С. 112–124.
6. Кокун О. Психологічно-професійні передумови професійного самоздійснення фахівців. *Актуальні проблеми психології* : збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка Національної академії педагогічних наук України. 2015. Т. VI : Психологія обдарованості. Вип. 10. С. 39–49.
7. Кухаренко О. Архетипи як основа образів персонажів обрядової дії українського весілля. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія «Філософія, культурологія, соціологія»*. 2018. № 16. С. 60–67.
8. Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов / пер. с англ. О. Домнина, О. Сухенко. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 336 с.
9. Одінцева А. Психологічний потенціал казки як метод розвитку життєвої ролі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки»*. 2014. № 1. Т. 1. С. 69–73.
10. Турецька Х., Сазонова О. Нейрофізіологічне підґрунтя символдрами як психодинамічного напрямку психотерапії. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки»*. 2019. № 1. С. 244–249. DOI: 10.32999/ksu2312-3206/2019-1-57 (дата звернення: 10.06.2021).
11. Faber M., Mayer J. Resonance to archetypes in media: There's some accounting for taste. *Journal of Research in Personality*. 2009. № 43 (3). P. 307–322. DOI: 10.1016/j.jrp.2008.11.003 (дата звернення: 10.06.2021).
12. Hart D., Brady F. Spirituality and archetype in organizational life. *Business Ethics Quarterly*. 2005. № 15 (3). P. 409–428.
13. Hilman J. Archetypal Psychology : Uniform Edition of the Writings of James Hillman. Washington : Spring Publications. 2013. 160 p.
14. Jung C. Four Archetypes (From Vol. 9, Part 1 of the Collected Works of C. Jung) (Jung Extracts). Princeton : Princeton University Press, 2010. 200 p.
15. Maloney A. Preference ratings of images representing archetypal themes: An empirical study of the concept of archetypes. *The Journal of Analytical Psychology*. 1991. № 44 (1). P. 101–116.
16. Veen S. The consumption of heroes and the hero hierarchy of effects. *Advances in Consumer Research*. 1994. № 21 (1). P. 332–336.

REFERENCES:

1. Bilous V.G. (2016) Vykorystannja psyhoterapevtychnyh metodyk u roboti shkil'nogo psyhologa z uchnjamy [The use of psychotherapeutic techniques in the work of a school psychologist with students]. *Tavrjys'kyj visnyk osvity – Taurian Bulletin of Education*, 1. 250–258. [in Ukrainian]
2. Goc L.S. (2017) Arhetyp i arhetypnyj obraz: problemy terminologiji u doslidzhennjah kul'tury [Archetype and archetypal image: problems of terminology in cultural research]. *Visnyk Nacional'noji akademiji kerivnyh kadriv kul'tury i mystectv – Bulletin of the National Academy of Management of Culture and Arts*, 4. 52–57. [in Ukrainian]
3. Docenko E.L., Boriko T.Y'. (2002) Prakticheskiy psiholog kak shaman [Practical psychologist as a shaman]. *Zhurnal prakticheskogo psihologa – Practical Psychologist's Journal*, 6. 5–15. [in Russian].
4. Jeremenko L.V. (2018) The factors of job satisfaction and motivation of professional activity. *Teorija i praktyka suchasnoji psihologiji – Theory and practice of modern psychology*, 1. 146–149.
5. Zasyekina L.V. (2014) Ukrainski prysliv'ia i prykazky yak psykholingvistychni resursu kohnityvno-povedinkovoi terapii tryvoznykh rozladiv [Ukrainian proverbs and sayings as a psycholinguistic resource of cognitive-behavioral therapy of anxiety disorders]. *Psykhologichni perspektyvy – Psychological perspectives*, 24. 112–124. [in Ukrainian]
6. Kokun O.M. (2015) Psyhologichno-profesijni peredumovy profesijnogo samozdijsnennja fahivciv [Psychological and professional prerequisites for professional self-realization of specialists]. *Aktualni problemy psykhologii: Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykhologii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy – Current problems of psychology: Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykhologii imeni H.S. Kostiuka NAPN of Ukraine*, 6 (10). 39–49. [in Ukrainian]
7. Kuharenko O.O. (2018) Arkhetypy yak osnova obraziv personazhiv obriadovoi dii ukrainskoho vesillia [Archetypes as the basis of images of characters of ritual action of the Ukrainian wedding]. *Visnyk Mariupolskoho derzhavnogo universytetu. Serii: filozofia, kulturolohiia, sotsiologhiia – Bulletin of Mariupol State University. Series: philosophy, culturology, sociology*, 16. 60–67. [in Ukrainian]
8. Mark M., Pirson K. (2005) Geroy i buntar. Sozdanie brenda s pomoschyu arhetipov [Building a brand using archetypes]. SPb. : Piter. [in Russian].
9. Odintsova A.M. (2014) Psykhologichnyi potentsial kazky yak metod rozvytku zhyttievoi roli [Psychological potential of a fairy tale as a method of development of a vital role]. *Naukovi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Serii "Psykhologichni nauky". – Scientific Bulletin of Kherson State University. Psychological Sciences Series*. 1. 69–73. [in Ukrainian]
10. Turetska Kh.I., Sazonova O.V. (2019) Neirofiziolohichne pidgruntia symvoldramy yak psykhodynamichnoho napriamku psykhoterapii [Neurophysiological basis of symbol dramas as a psychodynamic direction of psychotherapy]. *Naukovi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Serii "Psykhologichni nauky". – Scientific Bulletin of Kherson State University. Psychological Sciences Series*. 1. 244–249. DOI: 10.32999/ksu2312-3206/2019-1-57 [in Ukrainian]
11. Faber M.A., Mayer J.D. (2009) Resonance to archetypes in media: There's some accounting for taste. *Journal of Research in Personality*. 43 (3), 307–322. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2008.11.003>



12. Hart D.W., Brady F.N. (2005) Spirituality and archetype in organizational life. *Business Ethics Quarterly*. 15 (3). 409–428.
13. Hilman J. (2013) *Archetypal Psychology : Uniform Edition of the Writings of James Hillman*. Washington : Spring Publications. 2013. 160.
14. Jung C.G. (2010) *Four Archetypes: (From Vol. 9, Part 1 of the Collected Works of C. G. Jung) (Jung Extracts)*. Princeton : Princeton University Press. 200.
15. Maloney A. (1991) Preference ratings of images representing archetypal themes: An empirical study of the concept of archetypes. *The Journal of Analytical Psychology*. 44 (1). 101–116.
16. Veen S.V. (1994) The consumption of heroes and the hero hierarchy of effects. *Advances in Consumer Research*. 21 (1). 332–336.

Стаття надійшла до редакції 18.06.2021.
The article was received 18 June 2021.