

УДК 130. 2.-316. 32

СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІ ЗАСАДИ АРХЕТИПУ В ПРОСТОРІ МЕНТАЛІТЕТУ

Наталія Зайцева

*Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського,
вул. Ковальська 1, кім. 227, Одеса, 65029, Україна,
kaphedra.philos@onat.edu.ua*

Розглянуто тлумачення поняття архетипу у філософських концепціях. Виявлено на підставі положень К. Г. Юнга про архетипи, які функціонують у суспільстві, що в суспільстві архетипи супроводжують життєдіяльність суспільства і людини, мають соціальне і особистісне в своїх підставах, мають комунікативні якості. Обґрунтовано, що архетипи не тільки дають змогу розкрити і пояснити існування суспільства та людини в ньому, а й занурюють свідомість людей у загальний смисловий та інформаційний потік суспільної свідомості, визначаючи причетність із тими подіями і явищами, які представляють певну важливість і укладені в структурі певного архетипу, а відтак у просторі менталітету архетипи мають соціально-комунікативні засади.

Ключові слова: менталітет, провідні архетипи, соціальний архетип, архетипні підстави соціуму.

Глобальний духовно-ментальний розвиток суспільств у XXI столітті проходить у контексті подолання розриву традиційних і сучасних світоглядних засад, нівеляції історично вироблених цінностей, втрати духовних орієнтирів, а відтак важливого значення набуває дослідження позачасових носіїв соціокультурного буття людини, безпосередньої уваги до соціокультурних феноменів, одним з яких є архетип.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що розвиток людської спільноти – це не лише перманентні зміни, але й існування певних стійких структур у свідомості – архетипів, які пронизують історичний процес від найдавніших часів до сучасності, а головне передаються з досвідом із покоління в покоління, забезпечуючи певні традиції комунікації в суспільстві.

Сучасний стан суспільних комунікативних відносин потребує вироблення нового цілісного погляду на форми та способи взаємодії соціального й унікального буття на підставі виявлення архетипів.

Увага дослідників до архетипу на підставі положень К. Г. Юнга фактично є послідовним сходженням до формування думки про їхню важливу соціальну

роль у суспільстві. У дослідженнях К. Леві-Строса, М. Марка, К. Персона, Дж. Хілмана та інших поаналізовано уявлення про архетипи, які функціонують у суспільстві. У працях М. Еліаде, С. Кримського, І. Кольцова, Ю. Плюсіна, О. Сліпушко, Ю. Філіпова та інших головною думкою є те, що в суспільстві архетипи супроводжують життєдіяльність суспільства і людини, мають соціальне й особистісне у своїх підставах. Особлива увага зосереджена на тлумаченні архетипу у філософських концепціях М. Еліаде, С. Кримського. На їхню думку, феномен архетипу експлікується в тих сферах духовного життя людини, де є прототипи та повторюваність, зокрема у міфології, фольклорі, мистецтві, культурі загалом.

Окремо звертаємо увагу на працю А. В. Чантурії, в якій представлені семіотичні аспекти дослідження соціальної реальності, що фактично узгоджується з концептуальними засадами нашого дослідження. В її головних висновках є думка, що у сучасному українському суспільстві наявна перевага емоційно-вольових регуляторів, тому життя сприймається як перехід від одного міфу до іншого. Дискретний соціальний міф постає не як знакова система, яка забезпечує комунікативну взаємодію, а як набір метафор, що цю взаємодію ускладнює. На перший план виходять компенсаторні можливості міфу, який у символічній формі здійснює колективну психотерапію. Сучасний соціальний міф, не забезпечуючи комунікативної взаємодії, постає як набір метафор, що цю взаємодію ускладнює, а на передній план виходять його символічно-компенсаторні можливості [11].

На засадах комунікативної взаємодії в сучасному суспільстві постійно набувають нових вимірів форми та засоби відносин, а відтак необхідне дослідження їхніх глибинних засад. У наявних же дослідженнях зроблено спробу створити передусім проекцію соціального простору, заснованого на прагматично поверхових відносинах у діяльності, що, по суті, приховує сутнісні характеристики архетипів у менталітеті як людини, так і самого суспільства. З огляду на це, важливого значення набуває дослідження соціально-комунікативних засад архетипу в просторі менталітету.

Метою дослідження є розкрити комунікативну взаємодію в сучасному суспільстві та виявити соціально-комунікативні засади архетипу в просторі менталітету; обґрунтувати існування важливих соціальних архетипів для сучасної комунікації на основі поєднання феноменологічного та семіотичного підходів до їхнього осмислення.

Для поставленої мети використано спектр наукових методів, що визначило методологічну базу дослідження. З основних положень у К. Г. Юнга виокремлюємо, що архетип проявляє внутрішнє в свідомості суб'єкта, доводячи наявність здатності до раціональної переробки несвідомого, навіть того, що безпосередньо не проявлено в зовнішньому. Такий взаємообразний зв'язок доводить творче образне бачення, образ не стає тільки результатом непродуктивної здатності уяви [13, с. 133–152].

Феноменологічний підхід до створення уяви про соціально-комунікативні засади архетипу дає змогу виявити соціальний простір менталітету з архетипами

в його структурі; соціальний архетип; семіотичний простір – патерн архетипів; соціально-комунікативні засади архетипу в менталітеті.

У цьому аспекті ми виходимо з того, що семіотичний підхід надає можливість дослідити будь-які системи (як самодостатні цілісні утворення в єдності їхніх іманентних характеристик, побачити взаємозалежність та взаємозумовленість опозицій, які раніше розглядали як протидіючі) (А. В. Чантурія) [11].

В історії людства культура несе в собі таємну мову семантичних полів, а міфологія культури є системою особливих семантичних шифрів, знання яких засвідчує одночасно і належність до певного народу, з виявленими рисами його менталітету. Виникаючи в лоні міфу, архаїчні образи світовідчуття, архетипи людської свідомості постійно проявляються в досвіді комунікативних відношень у суспільстві. Завдяки цьому розвиток суспільства завжди пов'язаний з опорою на досвід минулого, актуалізацією нереалізованого.

Привернути увагу можна до того, що коли продуктивні можливості освоєння світу за допомогою “архетипних” (в подальшому тлумаченні) образів вичерпали себе, виникають міфи. Міф пов'язаний з архетипом як традиційно-типовою структурою, що переходить у спадок поколінь у досвіді та є позачасовою схемою, одвічною формулою, на думку Т. Мана. Значною мірою він є і певною проекцією майбутнього. У дослідженнях Н. Фрай, К. Г. Юнга застосовують термін “міф” до розповіді, “архетип” – до значення як квінтесенцію міфічності колективного досвіду, як пропонує, зокрема, С. Гатальська.

Засвоєння індивідом понять, образів, метафоричних обрядових текстів, упорядкований їх ритм, нові почуття, які виникали під час обряду, зумовили формування психологічного стану, який дав можливість вести філософське осягнення світу. Сакральні пісні ставали духовним еквівалентом процесу оволодіння матеріальним світом (ремеслами, технікою виробництва), фактором родової, племінної та етнічної самоорганізації. Міфологічна свідомість розуміла і кризові моменти в житті соціуму – зародження землеробства, оволодіння вогнем, поява соціальних структур, норм моралі. Тексти колядок і щедрівок, весільних пісень зафіксували спроби інтерпретації і впорядкування життєдіяльності через опозицію “людина – Бог”. У них сформульовані уявлення про ідеал суспільних відносин, сім'ї, духовного життя.

З історії архетипу чітко видно, що кожна історична епоха ґрунтується на типових константах, що є основою духовного життя людської спільноти. У різних філософських концепціях вони отримують різні назви: “архетипи”, “праобрази”, “універсалії”, “інваріанти”, “форми без змісту”, “наскрізні інформаційно-енергетичні структури”. Навіть за опосередкованого опису міфу неможливо уникнути таких слів, як “першоелементи”, “першообрази”, “схеми”, “типи” та їхніх синонімів, які зводяться до поняття “архетип”. Досить часто термін “архетип” вживають на позначення і висхідних схем уявлень, і загальнолюдських міфологічних мотивів, і

першообразів, і першоелементів. Значна частина цих понять співвідноситься між собою, наприклад, першообраз і першоелемент можуть розглядатися як тотожні складові компоненти мотиву. Звідси випливає, що інваріантність простежується в тих сферах духовного життя людини, де є прототипи та повторюваність, зокрема в міфології, фольклорі, мистецтві, культурі, а загалом у людському менталітеті.

Фактично, архетип є базовим компонентом ментальності поколінь. Концептуально ми виходимо з того, що загальною характеристикою поколінь як великих соціальних груп є ментальність. Ментальність поколінь – це сумісна система, що містить основні значення, смисли, цінності і периферичні структури (соціально-психологічні характеристики, такі як ціннісні орієнтації, соціальні установки, Я-концепцію, соціальні уявлення, форму дискурсу, особливості взаємодії та відносин). Глибинним компонентом ментальності, на думку авторів [2; 3; 8; 11], є архетипи.

У контексті дослідження звертаємося до смислового наповнення терміна “архетип” (від грец. “arche” – початок і “typos” – образ), який, за К. Г. Юнгом, становить структурний елемент людської психіки, прихований у колективно несвідомому [14, с. 45–46]. Архетипи виступають звернутою формою давніх міфів народу у вигляді героїв, їх доль. У К. Г. Юнга обумовлено, що подібні “первісні образи” є сформований підсумок величезного типового досвіду незліченної низки предків: це психічний залишок незлічених переживань того ж типу [15, с. 74]. На питання про те, чому цей “залишок” залишається, К. Г. Юнг робить припущення, що архетипи пов’язані з базовими потребами, емоціями, стереотипами сприйняття, мислення і поведінки, тому практично не піддаються зміні в міру розвитку людства. Але передусім тому, що вони повністю занурені в ділянку несвідомого. Архетипи мають власну спонукальну специфічну енергію. “Історія архетипового характеру є і у громадських комплексах” [14, с. 95].

На думку психоаналітика, душа (в його теорії виступає синонімом особистості) складається з трьох взаємодіючих структур: свідомості (Его), індивідуального несвідомого (комплекси) та колективного несвідомого (архетипи). Останні – прообраз, первинна модель мислення окремо взятого індивіда. Їхня відмінна риса – універсальність. Серед архетипів, що він виділяє, до головних належать “Аніма” (несвідома жіноча сторона особистості чоловіка), “Анімус” (несвідома чоловіча сторона особистості жінки), “Персона” (соціальна роль індивіда), “Тінь” (темна, тваринна сторона індивіда), “Самість” (цілісність, гармонія). Так, одним із значущих архетипів виступає “Персона” – соціальний образ індивіда, свого роду компроміс між бажаннями, можливостями індивіда і вимогами, звичаями, традиціями суспільства. Функція “Персона” – виробництво враження на оточуючих, приховування істинної сутності індивіда. Така система архетипів охоплює багато аспектів життєдіяльності колективного суб’єкта [14, с. 64].

У просторі комунікації можливо звернути увагу, по-перше, на положення К. Г. Юнга, що символом архетипу “Персона” виступає маска, яка становить собою культурний феномен, властивий як архаїчному, так і сучасному суспільству. Вона виступає “засобом прикриття і зміни зовнішності”, а також “засобом творення, засобом маркування або позначення соціально значимого явища” [14, с. 62]. По-друге, на ствердження М. Марка і К. Пірсона, що кожне суспільство приховує провідні архетипи. Чим більше невидимий архетип, тим він сильніше впливає на спосіб життя людей. Суб’єкти суспільства мають певні незадоволені потреби, покладаючись на які, можна виявити ці провідні архетипи. Так, молодь різних товариств, яка прагне до свободи і незалежності, живе під владою архетипу Бунтаря. Цей архетип притаманний різним верствам населення, які протистоять панівній владі. Архетип Славного малого є базовим для демократичного суспільства, в якому громадяни рівні в правах. Архетип Простодушного виявляється провідним для жителів острова Балі [15, с. 64]. По-третє, на позиції сучасних дослідників про взаємообумовленість менталітету та архетипів в просторі національної специфіки їх проявлення, починаючи із міфу. Так, Ю. В. Філіпов, І. Н. Кольцова виділяють базові архетипи, складові “квінтесенції національно-історичного міфу”: архетип землі, архетип спорідненості й архетип релігійно-ідеологічний [8, с. 161]. Отже, архетип виступає прообразом колективного суб’єкта. Подібної думки дотримуються Н. Холуї, В. Строс, М. Хотлі, порівнюючи дію архетипу з дією “дивного атрактора” і підкреслюючи, що якщо система з панівним архетипом відповідає архетипу групи, то члени цієї групи будуть притягатися до цієї системи [9, с. 2].

У дослідженні М. Еліаде, де архетип є передусім накопиченням соціального досвіду, акцент зроблено на “архе”. “Архе” у первісному значенні – це оповідь про народження й життя богів. Стародавні міфи, на думку М. Еліаде, є своєрідним відтворенням архе у сфері мислення, у ритуалах чи будь-якій іншій діяльності, навіть зовсім не пов’язаній із міфом. Увесь світ, де живе людина, всі гори, яких вона сягає, заселені й оброблені землі, ріки, міста, святилища мають позаземні прототипи, своєрідні “проекти”, “зразки”, “двійники”, що існують на вищому космічному рівні [12, с. 21–22]. Однак не все у світі має такі прототипи, наприклад пустелі, де живуть чудовиська, необроблені землі, невідомі моря, куди не наважиться пливти жоден мореплавець. Історична подія, якою б важливою вона не була, не утримується в народній пам’яті, спогади про неї зберігаються лише тією мірою, в якій вона наближена до міфічної моделі [12, с. 69]. Лише повторення надає подіям реальності, перериває руйнівний характер часу [12, с. 139]. Щодо цього зауважимо, що “будь-які суспільні явища постають як єдність повторюваного і неповторюваного, а людська історія – синтез закономірного і незакономірного” [12, с. 107]. Водночас, згідно з М. Еліаде, провідною стороною суспільного життя є закони, які за своєю впорядковуючою функцією рівнозначні архетипам на чітко обмеженому часово-просторовому відрізку. Свідоме повторення дій у межах окремої

парадигми, наголошує дослідник, визначає її онтологічну сутність. Продукти природи або предмети, виготовлені людиною, набувають реальності, самотності лише настільки, наскільки вони причетні до трансцендентальної реальності. Дії набувають сенсу винятково тоді, коли вони повторюють початкову, “моделюючу” дію. Так, відбувається послаблення руйнівного впливу часу як руху до незворотного розпаду, хаосу, небуття і з’являється теперішнє. Лише через архетипи людина може подолати страх перед історією [12, с. 15–16].

Окремо звертаємо увагу на осмислення архетипу в О. Сліпушко. Долаючи опір історії, внаслідок тривалого еволюційного розвитку архетип із категорії загальнолюдської стає категорією національною. З часу формування нації, на думку О. Сліпушко, розвиток архетипу обмежується певною мірою її межами. Архетипові образи можуть бути спільними для певної групи націй, однак вони мають риси відповідної національної ментальності [7, с. 126]. Виокремлюють такі критерії, які впливають на розвиток архетипу. Першим із них є ландшафт, географічне середовище, в якому живе нація. Він впливає на психіку людини, її прагнення. Другим – походження нації (наприклад, європейська вона чи азіатська). Третій критерій – характер релігії. І четвертим критерієм є риси національної ментальності. Усі ці чинники визначають особливості архетипу, впливають на специфіку його реалізації в мистецтві та літературі. З огляду на це, вищевказана низка архетипових мотивів творить психічне обличчя нації, виражає риси її менталітету, як пише О. Сліпушко [7, с. 128].

Осмислення архетипів в українському менталітеті подано у працях С. Кримського, де йдеться про наскрізні для історії, інваріантні щодо часу культурні структури, праформи (архетипи), що характеризують соціокультурний розвиток людства. До таких універсальних архетипних символів він зараховував формулу потрійності буття, символіку протилежностей (світла і тіні, верхньої та нижньої частини, солярного і хтонічного, плоті й духу тощо), символи проєкцій і відображень, розумного порядку (софійності) і хаосу, досконалості кола і невизначеності лабіринту. Найвиразніше архетипи постають у національних культурах, які втілюють долю та історичний досвід народів; у процесі формування духовності предків українського етносу архетипи суттєво вплинули на становлення внутрішнього світу особистості, формування суб’єктивного початку: формування первинних соціальних структур, регулювання соціальних відносин внаслідок надання образу “культурного героя”; формування найдавніших світоглядних уявлень.

На думку С. Кримського, архетипні мотиви, втілюючись у міфології, літературі, мистецтві всіх часів і народів, повторюються із століття в століття, висуваючи, зокрема, в українській самосвідомості на перший план “не формалізм розуму”, а те, що є корінням морального життя, “серце”, як метафору інтимних глибин душі. Поряд з архетипом Серця сучасний український філософ С. Кримський виділяє в українській культурі архетипи Природи, Софії, Слова. Спорідненість

національних архетипів і універсальній світової культури є передумовою вивільнення духовного життя нації з ситуації одноразовості й тлінності у простір вічності, у сферу затвердження історичних звершень народу в їх загальнолюдській значимості й гідності [1, с. 87].

Вивчення культурної антиципації наукових ідей, як наголошує С. Кримський, дає змогу вивести певні закономірності, які допомагають висвітлити функціонування архетипів. Йдеться про античну формулу “майбутнього характеру раннього”, згідно з якою, явища виявляють себе на початковому етапі розвитку, обов’язково розвиваються на завершальних фазах процесу вже як панівна форма [2, с. 184]. Висхідний етап розвитку процесу, явища, феномена, перебуваючи в діалектичній взаємодії із завершальним, створює закінчений цикл розвитку. Якщо розвиток йде по спіралі, то в середині цього процесу не може бути “отвору”. “Спіралі історії накручуються на стрижневі цінності, які, збагачуючись, не гинуть, а постійно відроджуються в нових формах, перетворюючи сучасність і всечасність метаісторії. Первинні колективи втілюють цю здатність збереження, відтворення і трансляції базових структур світової історії тільки в специфічному, соціальному вимірі” [1, с. 77].

Культура, на думку С. Кримського, є системою, яка здатна до самоорганізації та самовдосконалення. А саморозвиток передбачає закидання з самого початку вперед в майбутнє всієї потенційної сітки цілого [2, с. 186]. Подальший розвиток тільки актуалізує окремі ланки сітки, розкриваючи потенції цілого за сегментами. Йдеться про наскрізні символічні структури, які тематично присутні у всіх фазах історії культури. Однак звернення до архетипів, продовжує С. Кримський, не означає повернення в минуле. Це особливий методологічний ракурс, в якому завдяки перетворенню минулого в символ твориться сенс майбутнього. Архетипи – це культура, яка випереджає нас імовірною, все її різноманіття, різночасові прояви окремих можливих сегментів залежать від духовних, соціальних, економічних умов.

У такому сенсі можна виокремити думку про архетипи як комунікативні архетипи. Так, продуктивним засобом аналізу символічного змісту тексту, на думку Д. І. Кірнарської, є сприйняття тексту в сумісності з комунікативними архетипами. Комунікативні архетипи є не менше давніми, ніж емоції – радість, гнів або печаль, – стереотипи, “вічні зразки” людської комунікації [3, с. 77–83].

Виходячи із того, що комунікативний архетип є соціальним архетипом, звертаємося до дослідження Ю. М. Плюсніна, де він пише, що “соціальний архетип” як кристалізована форма соціальних відносин визначає основні компоненти структури спільноти (підсистеми). Причому кожен структурний компонент (підсистема) визначається одночасно всіма чотирма інваріантами відносин із переважним домінуванням тільки одного з них. Так формується композиційна кожної підсистеми спільноти і їхня взаємна компліментарність, що виступає умовою цілісності соціальної системи. Відповідно до виділених формами (видами)

самоорганізації виділяють базисні, вихідні форми комунікативних відносин, які задають сукупності індивідів системні властивості. Таку сукупність утворюють чотири типи відносин: сусідства (просторово-фізичної близькості індивідів, відмежованістю їх від інших індивідів або сукупностей, тобто завдання просторового кордону між групами індивідів); спорідненості (відносин, що обумовлюють спадкоємність генерацій всередині біхевіоріальної системи); співвідпорядкованості (відносин, що забезпечують стійкість, незмінність структури внутрішніх зв'язків у системі); взаємності (відносин, що забезпечують згуртованість і цілісність сукупності індивідів) [6, с. 56].

Загалом, можливо встановити, що функціонування архетипів є закріпленням ідеальних моделей поведінки, ритуалів, дій, образів, які сприяли формуванню категорій мислення, змістом реальності. Вони стали ретранслятором людського досвіду і досягнень цивілізації за відсутності надійних матеріальних носіїв інформації. Одні архетипи домінують на певних історичних етапах, інші знаходяться в тимчасово законсервованому, зародковому стані. Одночасно архетипні форми міфологічного минулого є як ціннісно-ієрархічними формами, так і позбавленими релятивності формоутвореннями. Архетип втілює дійсність у процесі, зміні. Він потенційно досягнутий у діалектично відкритому просторово-часовому континуумі майбутнього. Як позачасовий механізм передачі духовних досягнень архетип утримує визначеність, поки деструктивні сили не викликають його дезактуалізації. Згодом структурні складові архетипу перегруповуються, трансформуються в інші архетипи або до пори до часу зникають, а за певних умов знову спливають на рівні індивідуальної і суспільної свідомості.

На основі сказаного вище можна відтворити певні узагальнення про соціально-комунікативні засади в просторі менталітету. Пророча заданість архетипних форм має задавати сенс майбутніх часів, а не жорстко визначати майбутні факти. Тому будь-які передбачення мають тлумачити сенс розвитку, а не його фактичне наповнення. Потрапляючи на історичний ґрунт, архетип наповнюється змістом відповідно до соціально-культурного оточення. Через архетип можна висловити нескінченне або остаточне, надати йому буття в формі кінцевого, конкретного образу. Водночас архетип не локалізований у реальному історичному процесі, а містить у собі всю повноту часів. Унікальним є значення архетипів у формуванні моральних відносин у суспільстві, моральних основ самосвідомості людини, вироблені логіко-дискурсивної форми мислення. Архетипи є психофізичними і духовними передумовами освоєння світу, основою уявлень людини про світ і себе.

На наш погляд, витіснені архетипи відображають справжню картину архетипів національної групи, саме вони задають потребу спрямованість групи. Презентовані архетипи – це бажаний образ національної групи. Власне, система архетипів визначає вигляд етносу. Витіснення архетипів вказують на дійсні архетипні підстави. Цілком ймовірно, соціальна ситуація в країні, яка характеризується серйозними змінами,

стимулює на несвідомому рівні в менталітеті саме ці архетипи. Можливо, це так, але психоаналітики давно встановили, що зміни на символічному рівні в психіці людини ведуть до зовнішніх змін у його поведінці. Тому, як ми думаємо, зовнішні й внутрішні зміни взаємопов'язані в ментальності. Архетипи – релікти і релігійної свідомості, і носії смислів колективного суб'єкта.

На сьогодні архетипи є одним із складових частин несвідомої частини ментальності – менталітету, який виокремлюють як проблему в різних дослідженнях. Архетипи практично не змінюються в процесі трансформації ментальності. Своєрідність архетипів пов'язана зі специфікою національно-психологічних особливостей. Причина нерозуміння інших культур якраз і криється у своєрідності архетипної їхньої основи.

У контексті поступу постпостмодерністської соціокультурної реальності виникає інтерес та необхідність дослідження тенденцій трансформацій архетипу в семіотичному просторі, що формує символічні форми взаємовідносин на засадах появи нових кодів взаємодії у структурі менталітету.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кримський С. Архетипи української культури / С. Кримський // Вісник НАН України. – 1998. – С. 74–87.
2. Крымский С. Философия как путь человечности и надежды / С. Крымский. – К.: Издательство Курс, 2000. – 308 с.
3. Кирнарская Д. И. Музыкальные способности / Д. И. Кирнарская. – М., 2004. – 264 с.
4. Марк М. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов / М. Марк, К. Пирсон. – СПб.: Питер, 2005. – 324 с.
5. Парнюк М. Диалектика закона и хаоса / Парнюк М. Категории “закон” и “хаос”. – К.: Наукова думка, 1987. – С. 97–107.
6. Плюсин Ю. М. Проблема биосоциальной эволюции: монография / Ю.М. Плюсин. – Новосибирск, 1990. – 246 с.
7. Сліпушко О. Давньоукраїнський бестіарій / О. Сліпушко // Дніпро. – 1995. – № 9–10. – С. 124–135.
8. Филиппов Ю. В. Сказка в процессе социализации детей (сказочные и мифологические персонажи и ситуации в воспитательном процессе и структура его организации) / Ю. В. Филиппов, И. Н. Кольцова // Мир психологии. – 2003. – № 3 (35). – С. 160–174.
9. Howe N., Strauss W. The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. – New York, 1997. – 423 p.
11. Чантурія А. В. Семіотичні аспекти дослідження соціальної реальності / Анжеліка Володимирівна Чантурія: Авт. дис. на здоб. наук. ступ. канд. філ. наук / Спеціал. 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. – Київ, 2006. – 36 с.

12. Элиаде М. Миф о вечном возвращении. Архетипы и повторяемость / М. Элиаде: [Пер. с фр. Е. Морозовой и Е. Мурашкинцевой]. – СПб: Алетейя, 1998. – 250 с.
13. Юнг К. Г. Об архетипах коллективного бессознательного / К. Г. Юнг // Вопросы философии. – 1988. – № 1. – С. 133–152.
14. Юнг К. Г. Архетип и символ / К. Г. Юнг: Сб. работ. – М.: Ренессанс, 1991. – 304 с.
15. Юнг К. Проблемы души нашего времени / К. Г. Юнг. – М.: Издательская группа “Прогресс”, “Универс”, 1994.

SOCIO-COMMUNICATIVE BASIS OF ARCHETYPE IN THE SPACE OF MENTALITY

Natalia Zaitseva

*Southern Ukrainian national Pedagogical University named after K. D. Ushinsky,
Kovalska st. 1, r. 227. Odesa, 65029, Ukraine
kaphedra.philos@onat.edu.ua*

The article deals with the archetype of the interpretation of the concept of “archetype” in philosophical concepts. It is manifested by the provisions of K. Jung about the archetypes that function in societies, in which archetypes in the society accompany the life of a society and a person, have social and personal in their bases, have communicative qualities.

Part of the problem is found to be insufficiently solved. On the bases of communicative interaction in modern society, constantly acquire new dimensions of the form and means of relations, and therefore it is necessary to study their deep-seated principles. In view of this, the study of the social and communicative principles of the archetype in the space of the mentality is of great importance. The purpose of the study is to reveal the communicative interaction in modern society and to identify the social and communicative principles of the archetype in the space of the mentality. Substantiation of the existence of important social archetypes for modern communication, based on a combination of phenomenological and semiotic approaches to their comprehension. The methodology of research, where the phenomenological approach to the creation of the idea of social and communicative principles of an archetype can be revealed, is determined: the social space of the mentality with archetypes in its structure; social archetype; semiotic space - a pattern of archetypes; social and communicative principles of archetype in mentality.

The conclusions drawn are emphasized. The prophetic assignment of archetypal forms is intended to set forth the meaning of future times, rather than rigorously determine future facts. Therefore, any foresight should interpret the meaning of development, rather than its actual content.

Key words: mentality, leading archetypes, social archetype, archetypal foundations of society.