

СОЦИОНИКА И ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.9

Донченко Е.А.

АРХЕТИП ТРАНСПЕРСОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Рассмотрено соотношение архетипической структуры психики и типа информационного метаболизма. Показано, что соционическая модель А лучше всего выражает свойства психофрактала, а также позволяет детально описать архетипы отношений между людьми.

Ключевые слова : соционика, психофрактал, архетип, отношения.

В каждый момент моей биографии существуют «современники»..., «предшественники»..., «наследники». Среди моих современников есть те, с кем я разделяю не только время, но и пространство... Будем называть таких современников партнерами, а отношения между ними — *прямыми*¹ межличностными отношениями

А. Шюц, пер. автора

Одной из основных категорий архетипического менеджмента является категория *отношения*. Наша жизнь переживается нами успешной, приятной, радостной тогда, когда мы находимся в атмосфере значимых и хороших отношений, и грустной, тревожной, какой-то затемненной в случае постоянных недоразумений с людьми. Что же нужно знать менеджеру, как и каждому рядовому человеку, о сверхличностной, трансперсональной, архетипичной природе отношений?

Конституирование интересубъективной действительности. Конституирование феноменологии интересубъективного пространства есть процесс определения, выделения тех переживаний, на основе которых неосознанно познается окружающий мир. Этот процесс как на уровне инстинктов, так и на уровне сознательного осмысления бытия. Анализ процесса конституирования будет неполным, если обойти вниманием те *подсознательные акты*, благодаря которым возникают интересубъективные связи. В этом процессе играют основную роль архетипы и психофракталы. Именно *наличие этих компонентов коллективного бессознательного в каждой индивидуальной психике* делает возможным существование интересубъективного пространства, поля, феноменологии «Мы». Интересубъективность в феноменологической философии стремится к структурированности в определенной последовательности, но первым условием или методической основой конституирования является самоконституирование каждого в качестве единства тела, духа и трансцендентной души. Согласно феноменологии Э. Гуссерля, любое событие в конечном счете сводится к функционированию трансцендентной субъективности.

Интерсубъективное конституирование — это процесс, который в определенных точках презентуется структурой (пространства, группы, личности, души) и продолжается дальше. Причем ощущение трансцендентального в Ином требует от человека радикальной реформы мышления, то есть достижения феноменологической установки сознания и, добавим, бессознательного. Чувство рассматривается Гуссерлем как интенциональная *структура*, включающая в себя *преданную чувственность и специфическую аперцепцию* людей, оказывающихся в едином пространстве.

Нетрудно сопоставить понятие интуитивного прозрения Гуссерля и понятие архетипического менеджмента, в котором психофрактал как раз и предстает феноменом — *структурой*, содержащей в себе *преданные* возможности специфических (специализированных по нашей терминологии) психических функций, в том числе чувственности и аперцепции.

¹курс.мой

В нашей теории важнейшей для человека трансцендентной субъективностью выступает его психофрактал как структура архетипов — вроде бы ирреальная, невидимая, но вполне функциональная доля психической матрицы в реальной жизни человека. Человек — это двулицый Янус, одно лицо которого обращено в трансцендентное, а второе — в эмпирическое пространство взаимодействия с другими. Двойственность такой природы каждого из нас априори обуславливает существование интерсубъективного пространства, первоначальная структура которого напоминает выверенную **идеальную структуру поднебесья** (то божественное, к которому нужно стремиться по антропному принципу²), а «окультуренная» воспроизводит **реальный мир человеческих отношений**, связей, взаимоотношений.

Существуют разные уровни изучения феномена отношения. Да и сам феномен по-разному нагружается даже в одной науке, например, в психологии, не говоря уже об отношениях в естественных и точных науках.

Реальность, в которой человек живет, ситуативна, изменчива, многозначна и во многом символична. Такая реальность всегда стоит между людьми, которые общаются, живут или работают вместе, случайно встречаются и разлучаются. Что является призмой любых отношений между людьми, по сути, является призмой отношений человека к миру вообще и, в частности, к человеческому миру. Исходя из этого тезиса, можно сказать, что главной управленческой проблемой для человека в сфере человеческих отношений является повышение уровня дифференциации психофрактальной реальности с целью овладения им и принятия верных форм поведения.

Феномен *реальности* шире феномена *ситуации*. Реальность включает стойкие закономерности физических, биологических, социологических, информационно-энергетических свойств *поля*, в котором формируется та или иная ситуация. Поле же создается людьми, организациями и сообществами, даже не подозревающими о том, что они создали и что с этим делать. На самом же деле создается *структура интерсубъективной реальности*, которая и является неосознанным механизмом, регулирующим формы поведения, от которых зависят отношения, отношения, отношения, отношения, отношения.

Трансперсональные (объективные) отношения. Мы анализируем и привлекаем внимание к *архетипичным отношениям трансперсонального происхождения*³, которые на уровне сильного режима или психоинстинкта проявляют себя независимо от желания людей и относящихся прежде всего к отношениям, отношениям, отношениям. Здесь человек не противостоит природе, и природа не противостоит человеку, здесь они единое целое. Нужна психологическая культура, подготовка, определенные акценты социализации для того, чтобы можно было бы жить в согласии со всеми, не изменяя своей природе. Поэтому необходимо учитывать существование этого «сильного» (*сильнее человека и его желания!*) *уровня отношений*, чтобы не спешить с быстрыми выводами относительно качеств человека, с которым, например, «не так все просто». Осознание человеком существования уровня объективных отношений непринужденно повышает уровень терпимости человека, комфортности и успешности его общения.

Напомним, что в традициях западной культуры есть поиск и обретение реальности в веществе, в том, что можно потрогать, сфотографировать, перевести из одного банка в другой... Восточные мыслители склонны видеть реальность во взаимозависимостях, взаимоотношениях, отношениях, психологические аспекты которых являются естественным продолжением. Взаимозависимости и отношения, существующие в природе — между атомами, протонами, электронами, пионами, мюонами, фотонами, нейтрино, а также между разными полями и атмосферными потоками — функционируют и в психике людей, которые также притягиваются, отталкиваются, активизируют, нейтрализуют друг друга или самоуничтожаются. И речь здесь идет именно о метаотношениях, межфрактальных зависимостях, естественном психическом, а не о последствиях социального воспитания. Творческие жизнен-

² См. Раздел 1 [1] — «Современная душа нуждается в целостности».

³ См. Раздел 1 [1].

ные ситуации, которые не укладываются в проторенное и привычное, выявляют именно эти, объективные, высшие, не человеком человеку данные зависимости. В явлении целостности явлений микро- и макромира мы не можем понять сущность одной частицы, не выяснив сущности всех остальных хотя бы в макромасштабе. «Зарядовые состояния» явлений микромира и макромира одинаковы. Это значит, что отдельные люди, как, например, элементарные частицы «пионы», имеют психологически положительный, отрицательный и нейтральный заряды. Но во взаимоотношениях с другими людьми (как это происходит с элементарными частицами «нейтрино») оказывается, что положительный заряд активизируется и развивается только с *определенными* другими, так же, как отрицательный и нейтральный. В природе и в человеческой жизни существуют также зависимости, несовместимые с физической жизнью, зависимости виртуального обмена и т.д.

Трансперсональные отношения в теории самоорганизующихся систем, которую чаще называют теорией информационного метаболизма или соционикой. Четкую и работающую *модель* первозданного фрактального архетипа (души) создали ученые, увидевшие отражение в нем целостности вселенной, универсальной психической матрицы. Конечно, душу смоделировать невозможно, она у каждого достигает глубин вселенной, но типологию душ — вполне! Ибо на протяжении всей известной нам жизни человечества основные паттерны поведения человека все время повторяются, остаются неизменными.

Сегодня уровень анализа трансперсональных отношений⁴ в качестве необходимого момента связи всех явлений, обусловленного материальным единством мира, наиболее полно представлен в неюнгинской теории информационного метаболизма, имеющего своими корнями «психологические типы» К.-Г. Юнга, «информационного метаболизма» А. Кемпинского и зарегистрированное как **«теория самоорганизованных систем»** в российской академии естественных наук в главном авторстве литовской исследовательницы (в том числе и социолога по специальности) А. Аугустинавичюте. Помимо Аугустинавичюте, архетипичная теория Юнга получила развитие в типологиях Майерс-Бригс, Д. Кейрси и М. Бейтс, К. Пирсон, О. Крегера, Дж. Тьюсон, Х. Ратледжа, П. Тайгера, Б. Эррон-Тайгер и многих других. Все архетипические типологии работают и имеют практическое применение в социологии, психотерапии, профотборе, политике, рыночном мире.

О «типе метаболизма» (т.е. обмена) говорил Б. Ананьев. Об определенной глубинной структуре, которая строится на соотношении разных систем жизненных отношений личности, порождающих борьбу между ними, говорил А. Леонтьев. О переходе отношений в черты характера говорил А. Лазурский [2–4]. В отечественной психологии юнговская типология (на которой базируется эта теория) обычно трактуется как типология характера наряду с типологиями Э. Кречмера, П. Ганнушкина, К. Леонгарда, А. Личко и т.д.

Однако К.-Г. Юнг создал не просто типологию характеров, он выделил трансперсональные, архетипические компоненты психического, то или иное отношение между которыми порождает новую психосоциальную феноменологию. В его типологии эти универсальные компоненты работают по-разному в зависимости от того, в какой структуре они работают. В теории психологических типов Юнг описал **два базовых архетипа восприятия**: интроверсия (душа находится главным образом под влиянием внутреннего мира) и экстраверсия (фокус внимания находится во внешнем мире). Внутри этих двух базовых способов ценностной ориентации Юнг описал **четыре базовых архетипа свойств** — мышление, чувство, интуиция и ощущение. Архетипы восприятия и свойств могут комбинироваться по-разному, например, интровертный интуитивный мысленный тип или экстравертный, ориентированный на ощущение, чувствительный тип, образуя определенные **психофрактальные структуры**. **Модель психофрактала** удобнее всего представить себе именно в качестве структуры, элементами которой выступают вышеназванные интегральные психические функции.

⁴Термин трансперсональные отношения – наш, в соционике эти отношения называются «интертипными» (между типами информационного метаболизма).

Кстати, примерно в то же время наука открыла «генетический код» (принцип кодирования наследственной информации в живых организмах), алфавит которого имеет всего четыре буквы — азотистые основы А (аденин), С (цитозин), G (гуанин), Т (тимин)! Мистика или Всемирный разум (Бог)?

Литовский исследователь Н.Н. Медведев ввел понятие «первокирпичиков» (т.е. **архетипов**) мировосприятия, которые он сопоставил с понятиями Юнга: *интуиция* — это время и временные соотношения, *сенсорика* (ощущение) — это пространство и пространственные соотношения, *логика* (мышление) — это материя и соотношение между материальными, видимыми объектами, *этика* (эмоции) — это энергия и энергетические соотношения. В скобках приведены термины Юнга, которые были аргументированно откорректированы и уточнены А. Аугустинавичюте. По всем ее аргументам приводятся собственные мысли и цитаты Юнга, который просто не успел (или не смог исходя из собственной структуры психики) перевести все свои открытия на уровень моделей и структур.

Когда речь идет об архетипичных психических функциях, подразумеваются именно эти функции. **Архетиповость этих функций** мы выводим из их трансперсональной природы и полной достаточности для описания психики, что показали К. Юнг и А. Аугустинавичюте в указанных работах.

На сегодняшний день соционическая модель ТИМа (типа информационного метаболизма) лучше всего иллюстрирует природу психофракталов.

По Юнгу, существуют разные способы мировосприятия и функционирования человека, заложенные в нее природой. Учет этих способов успешно используется в терапии пар, бизнесе, а также в клинической терапии, где разные типы нуждаются в разном лечении. В неструктурированном виде все труды Юнга содержали идею разных отношений между разными типами людей и культур.

Но Аугустинавичюте вывела неструктурированную идею Юнга на уровень четко структурированной типологии, состоящей из моделей природной сверхсистемы, основным механизмом функционирования которой является механизм «информационного метаболизма», то есть обмена. Именно в контексте *определенного характера обмена* и функционирует **архетип трансперсонального (объективного) отношения**, о котором будет неоднократно упоминаться в тексте книги и иллюстрирует фрагмент идеальной структуры неба (о которой упоминалось в начале раздела).

Итак, в контексте обмена разница между людьми — в способе, каким они видят и обрабатывают всю внутреннюю и внешнюю информацию. Именно этот способ является основой психической жизни каждого человека, групп, организаций, культур, общин, народов.

Выделю главные положения теории обмена, которые необходимо учитывать каждому менеджеру с тем, чтобы управлять собственной психикой и психикой других:

- всю информацию человеческая психика обрабатывает с помощью основных восьми дихотомий или психических функций;
- каждый аспект информационной реальности обрабатывается этими функциями как своеобразным процессором; неравномерность обработки информационных аспектов внутри ТИМа не хаотична, она подчиняется четким правилам и предстает как определенная иерархическая структура;
- мощность и роль каждой психической функции у людей с разными ТИМами разная;
- каждый ТИМ человека описывается специфической моделью, из которой ясно видно, какой именно аспект реальности данным индивидом прорабатывается лучше всего, какие у него могут возникнуть проблемы, какие ценности и люди привлекают данного индивида и т.п.; в ТИМе закреплена неравномерность присутствия каждого из аспектов в целостном явлении (частность психофрактала); ТИМ является врожденной характеристикой индивида, которая заключается именно в этой неравномерности по обработке каждого из аспектов реальности. Для менеджера это выглядит как сильная или слабая сторона человека. На самом же деле слабых сторон нет! Есть

разные задачи, которые могут попасть не по своему адресу; а это уже задача управленца — найти верный адрес;

- существует 16 способов обработки информации (ТИМов), между которыми существуют те же объективные *метаотношения*, о которых неоднократно упоминалось в данном тексте;
- групповой субъект тоже характеризуется ТИМом, и находится в объективных (межфрактальных) метаотношениях с другим групповым субъектом; это положение позволяет анализировать национальные и другие межгрупповые отношения;
- целостность, которую образуют эти 16 ТИМов, носит название «социон»; социон — феномен сакральный и неизученный, он сам себя защищает и бережет, в нем кроются еще неизведанные, божественные законы бытия. А. Аугустинавичюте называла его самой маленькой единицей человечества или моделью общества в миниатюре, а человечество она называла соционным по своей природе [5–10].

Для начальной грамотности можно было бы ограничиться двумя типами отношений — более или менее *консенсусными* и более или менее *конфликтными, симметричными и асимметричными*. В природе они наблюдаются как тяготение и отталкивание. Но практика показывает, что у них очень много оттенков и в каждом из них существует проекция сущности того, кто общается и кто наблюдает. Из таких проекций состоит интересубъективное пространство. Человек может лучше понять себя в процессе наблюдения за сложившимися отношениями в кругу его постоянного общения.

Речь идет о 16 типах отношений по уникальной таблице В. Ляшкявичуса: дуальные, полудуальные, полная противоположность, меражные, зеркальные, конфликтные, ревизии (два в одном — или ты выступаешь ревизором, или другой), активации, квазитождества (параллельные), социального заказа, социального приемника, тождества, родственные, суперэго, деловые. Характеристика этих отношений содержится в богатой соционической литературе [9–13].

В интересубъективном пространстве вне желаний партнеров по общению срабатывают информационно-энергетические потоки между ними (симметрично или асимметрично) и сразу же возникает либо доверие (недоверие), либо понимание (непонимание), либо симпатия (антипатия) и т.д. То же происходит в феноменологии нелокальных связей;

- по ценностям, содержащимся в ТИМах, социон распадается на четыре **квадры** — специфические квартеты ТИМов, отношения между которыми максимально комфортны. Квадры выполняют роль демонстрационного аттрактора для тех, кто ищет свой круг. По содержательным, ценностным, энергетическим, в целом психологическим характеристикам, четыре квадра являются взаимодополняющими в соционе. На них основываются стили управления, идеологии, образцы корпоративных культур и субкультур. Они являются неосознанным фактором создания политических и других партий и организаций специализированного типа. В историческом процессе именно пришедшие к власти квадры «рисуют» сценарии, по которым происходит реальная жизнь в обществе. Директор Международного института соционики А.В. Букалов сформулировал новый циклический закон исторического развития — закон сменяемости квадр [14–16]. Взгляд на историю как на изменение психологических социетальных установок достаточно перспективен, его огромный прогностический потенциал будущего подтверждается анализом фактов исторического прошлого и настоящего; политические, психологические и в целом социальные прогнозы являются реальной возможностью, поскольку в соционе работает *структура интертипных отношений*. А в любой структуре всегда есть закономерные зависимости;
- по ТИМной специализированности социон распадается на четыре **клуба**: *преобразование* — клуб «управленцев»; *познание* — клуб «сайентистов»; *оценка* — клуб «социалов»; *общение* — клуб «гуманитариев». Такая «клубная специализа-

ция» носителя ТИМа закрепляется также в понятии «ведущей деятельности», то есть наилучшей реализации субъекта в соответствующих аспектах.

Определенное отношение между клубами и квадрами в рамках группы, организации или сообщества порождает определенную атмосферу, идеологию, тип отношений, взаимоотношений и т.д.

Подобно существованию в информационном поле мироздания информационных слепков (архетипов) всего того, что есть в реальности, психофизические характеристики человека также имеют свои информационные проекции в психике и отражаются в инфоаспектах модели А, сообщая им дополнительные качественные характеристики. Это проекция темпераментов, психоформ, комплексов черт Леонарда, имеющихся в норме в психике любого человека в небольшой степени выраженности. Если они выражены больше нормы, тогда они вызывают акцентуацию или психопатию у предрасположенных к ним людей.

Соционическая аксиома о том, что один человек (в силу своей 1\16) не может сконструировать аутентичное для всего сообщества знание (действие) требует выхода **на парадигму коллективной силы нового качества и нового сознания**. Недаром недавняя нобелевская лауреатка Элеонора Остром получила премию именно за идею эффективности вне-рыночных экономических и социально психологических транзакций. Ведь именно в соционе каждый отдельный ТИМ и вся группа способны приобрести цивилизационно новые качества!

Следовательно, последовательница Юнга из юнговских типов по сути создала **модель психофрактала** — ТИМ, состоящую из доминирующих психических функций, присутствующих носителю психического от рождения (если речь идет о человеке), или с момента окончательного «сборника» (если речь идет о литературных, архитектурных или художественных формах), или от процесса исторического формирования (социетальная психика). Трудно спорить с этой гениальной идеей Юнга об одушевленности (психичности) всего, к чему прикасается рука бога и рука человека, созданная по его образу и подобию. Юнг говорил, что единственной непосредственной формой существования есть психическая форма [17].

Таким образом, неограниченное количество фрактальных архетипов заключается всего в 16 базовых, которые при рождении по неизвестному науке закону (гипотетически по матрицам С. Грофа [18, 19]) воплощаются в индивида и становятся основой формирования характера, ценностей, вкусов, то есть трансперсональных отношений. Проявляясь в человеке, ТИМ стимулирует определенную модель поведения, настраивает психику на определенную информацию и определенное отношение к ней.

По образовавшимся психическим моделям можно типизировать не только людей и их образование, но и сообщества, организации, ситуации, вещи, товары, услуги и т.д. И не просто типизировать, но и *на основе объективных отношений между ними прогнозировать динамику процессов как политических, так и рыночных, экономических*.

Трансперсональное в практике. Именно этот фантастический факт сочетания всего со всем с помощью психического породил множество маркетинговых инициатив. Оказывается, не так много групп единомышленников (консенсусных групп) должен учитывать продавец всего 16. Их можно укрупнить по квадрам, и тогда будет всего четыре группы, объединенные общими ценностями труда, отдыха, жизненного устройства и всего продающегося и предлагаемого людям. В политике это видно, например, на четырех самых распространенных идеологиях — их всего четыре — авторитаризм, тоталитаризм, либерализм и демократия, которые тоже предлагаются и продаются.

Технологии рекламы и паблик рилейшнс активно обращаются к архетипичным структурам, что позволяет эффективно манипулировать потребительскими стереотипами, ценностями, нормами поведения и т.д. На фоне ситуации общей нестабильности социально-экономической и политической жизни людей в Украине влияние наиболее архетипической феноменологии преуспевает как у потребителей различной продукции, так и у ее продавцов. Активизация архетипов массового сознания в вбушающих технологиях не только увеличи-

вает доходы бизнесменов, но и успокаивает людей. Последнее обеспечивается простым механизмом — каждый может увидеть себя членом той или иной группы, лишаящей людей ощущения одиночества.

Практики рынка и авторы многочисленных учебников по управлению ⁵ сразу же поняли, какое благо сделал для них швейцарский ученый К.-Г. Юнг, открыв наличие у людей разного происхождения, уровня культуры и образования одинаковых особенностей восприятия окружающего мира и наоборот — разных взглядов на одно и то же среди членов одной семьи, например, в наше время подтвердились исследования разницы в работе левого и правого полушарий, а также врожденной настроенности психики каждого человека на определенный тип информации и определенные образы-архетипы. Недаром ближайшее будущее рынка маркетологи называют эпохой образного мышления. Образное восприятие мира позволяет человеку быстро определять соответствие предлагаемого рекламой своим внутренним потребностям. Определенный отборочный механизм психики позволяет фильтровать мощные массивы информации и сосредотачиваться на своем. Руководители фирм используют в своей работе с подчиненными «мотивационный менеджмент», основанный на типах, описанных в работах Д.Кейрси и М.Бейтс, а также А. Аугустинавичюте и его последователей. Это, например, образы Властителя, Каноника, Эстета, Воина, Мыслителя, Ребенка, Странника или Искателя, Посредника, Аналитика, Энтузиаста, Наставника, Инспектора, Маршала, Лирика, Политика и т.д. Каждому образу присуща своя система ценностей, потребностей, каждый тип реагирует на определенную информацию и выбирает только свой товар. Например, «Властелин» будет выбирать информацию, которая сможет удовлетворить его потребности в контроле и доминировании, а Эстет — в сексуальной привлекательности и чувственности... Один и тот же товар грамотный маркетолог сможет продать всем, поразному предложив его всем, например, 16 ТИМах Аугустинавичюте, которые, на наш взгляд, наиболее точно иллюстрируют и воплощают открытие прошлого века, а именно — открытие фракталов.

Современные представления людей существуют в коллективном и индивидуальном подсознании в качестве универсальной матрицы ценностей и смыслов, вкусов и приоритетов. Именно этой матрицей неосознанно регулируются определенные решения человека. *Достаточно акта встречи сознательного выбора с подсознательной матрицей собственного психофрактала, чтобы образовалось определенное эмоциональное отношение к тому или иному предложению рынка товаров и услуг.* В этот момент обеспечивается связь между мотивацией клиента, его ценностной и вкусовой (стилевой) составляющей психики и товаром, который кажется значимым, близким и давно знакомым или чужим и ненужным, лишним для человека. Совпадение товара и глубинного архетипического образа обеспечивает потребность человека определенным образом встраиваться во внешний мир, не нарушая своих внутренних основ смыслового существования в этом мире.

Если современные продавцы (а это уже вместе с покупателями — целый психозаинтересованный этос в нашем социетальном пространстве) не будут углублять свои знания в сфере глубинной психоэмоциональной составляющей покупателей, их бизнес будет лишен качества культурного. А когда речь идет о культуре в любом пространстве, необходимо говорить о типах этой культуры, среди которых покупатель должен хорошо ориентироваться.

Наработка типологий в архетипическом менеджменте — дело чести современного продавца. *А тип — это определенная концепция, смысл, стиль, определенная референтная целостность, к которой стремится человек.*

К чему приведет развитие тенденции психологизации отношений к людям и между людьми, к народам и между народами, к чему приведет возможность манипуляции человеком с помощью архетипов его психики неизвестно. Во всяком случае, то, что мы видим абсолютно четко сегодня — манипуляциям с психическим нет предела в информационном медианпространстве: в политике, торговле, половых и семейных отношениях, мировоззрении и т.д. То, что было тайным и преданным богам, стало явным и попадает в руки неизвестно ко-

⁵Е.И.Ходаковский, Ю.В.Богоявленская, Т.П.Грабар [20] назвали эту типологию «социоинтеграцией».

му. Готово ли человечество к такой трансформации собственного сознания, стремительно расширяющегося за счет познания бессознательного? Поверят ли люди вслед за учеными в то, что регулирующий механизм их жизни находится у них внутри и что необходимо включать все свое внимание и осторожность, чтобы этот механизм не запускали в действие другие, кому это выгодно?

Когда для удовлетворения определенной потребности люди обращались за помощью к конкретному божеству, напр. римляне для гарантии победы обращались к Марсу, для укрепления власти — к Юпитеру, для усиления личной привлекательности — к Юноне... В нашем современном мире, где сброшены в пропасть даже наши родные боги и богини, где исчезло большинство христианских символов (а вместо них) во главе нашего государства находится языческий сатанинский трезубец), где даже азиатские боги стали привычными и банальными, функции божеств в сознании потребителей стали все чаще выполнять бренды, берущие на себя ответственность и за красоту, и за успех, и за хорошее настроение.

Психофрактальный закон отношений: межличностные отношения основываются на внутриличностных. Понимание каких-либо психосоциальных процессов как взаимодействия и связи между разными структурными элементами индивидуальной или социетальной психики позволяет приблизиться к решению проблем интересубъективного пространства как пространства культурных интеракций.

Доминирование консенсусных внутренних отношений структурирует вокруг себя консенсусное пространство, а конфликтное — конфликтное. Конкретные образцы трансперсональных отношений закодированы в Библии и Коране, мифах, легендах, сказках и поговорках. Отношения как архетипические конструкторы представляют собой филогенетическую, видовую память человечества: дуальность как первичные мифологические отношения (Адам и Ева), миражные как первичные ритуальные формы влюбленных, так же любовь, сотрудничество, доверие, уважение, ненависть, конфликт, подозрение измена является архетипами семейно-брачных, смешанных, производственных и других отношений, истоки которых по желанию можно найти в этнографической, культурологической и т.д. литературе.

Сетка предметных отношений — это и есть основа психологической атмосферы в обществе (группе), его интересубъективного поля. Социетальная психика отражает конкретную структуру этого поля. Чем более узорной, сетевой (воспроизводящей огромное разнообразие жизнепроявлений) является эта сетка, тем стабильнее социум, тем психологически богаче общество.

Наиболее эффективной основой для корректировки своего или чьего-либо поведения (индивида, группы, общества, социума) является его *ведущее отношение* на определенном жизненном этапе: например, *определенное отношение* между такими элементами его личностной структуры, как я-реальное и я-идеальное, или отношение между ним, субъекта и другими его архетипами (по Юнгу) — Самостью, Персоной, Анимой (Анимусом), Тенью и т.д. Установленная практикой соответствие между блоками архетипичной модели психики и упомянутыми архетипами Юнга является *реальной технологией* приведения в соответствие фрактального и социального портрета психики человека, власти, системы образования, культуры, социума в целом. Ведущим в каждом последующем случае выступает тот элемент, с которым субъект себя отождествляет, например, индивид отождествляет себя с «тенью» или с «эго», а общество — с властью или народом. Но ведущее отношение — это ситуативное отношение, вроде ведущего вида деятельности в онтогенезе (вспомним: игра, обучение, труд).

Цельный конструкт «отношений» способен презентовать универсальную психику в целом. Он также имеет сложную нелинейную структуру, отдельным элементом которой является его часть — фрактал отношения. Природа его архетипична, а роль — универсальна. Поэтому будет правильным отнести этот феномен к архетипам, которые можно подразделить на архетипы первого, второго и последующих поколений. К первому могут быть отнесены все архетипы мифологического пространства — имена типичных персонажей мифов, снов, ролей, эмоций, патологий, ситуаций (инициация, падение и т.п.), структурирующих

человеческое поведение уже на протяжении миллионов лет. Они же взгляды, позиции, ценности, которые руководят нашими идеями и чувствами. До второго и последующих поколений все символы мистические, магические, алхимические, эзотерические, а затем культурные, научные, политические и другие.

Вот примеры некоторых символов, имеющих непосредственное психологическое значение: крест, трезубец, свастика, зодиакальный круг, карты Таро, системы гадания, золотая середина, эннеаграмма Гурджиева, вся система цветов; классические архетипы — Самость, Тень, Персона, Эго, Аинма (Анимус), Пуэр (вечная юность), Сэнекс (мудрый старик), Трикстер (шутник), Великая Мать, Многозначное животное, Целитель, Божественное дитя и т.п. Они же — парциальные (обломочные) личности, между которыми в структуре психики субъекта складываются определенные отношения, и именно этот тип отношений субъект транслирует в мир; архетипические психические функции — сенсорика, этичность, логичность, интуитивность, интроверсия и экстраверсия, базовые энергии человека (потенциальная и кинетическая), пространственно-временные функции — все, что является введением в природу индивидуальных отличий. Они же, как и парциальные личности, складываются в определенную структуру отношений между собой и миром, и именно эта структура отношений определяет разнообразие стратегических выборов субъекта.

Модель простой конфигурации 16 ТИМов — это архетипические конструкции, которые повторялись миллионы раз и никогда не перестанут повторяться. В каждом человеке доминирует одна из шестнадцати конструкций. Этот архетип не профессиональный и не конкретно ролевой, он является внутренним скелетом психологического типа.

Эти конструкции (суженная модель психофрактала) являются структурой психических функций, между которыми существуют *внутренние связи и отношения*, которые активизируются в интересующем пространстве в разных формах — в зависимости от стимулирующего фактора и уровня душевной подлинности человека. В нашей религии внешние проявления внутренней природы человека именуется Ипостасью (греч.). Ипостась — это то в предмете нашего внимания, которое доступно познанию снаружи. Греки использовали это понятие для определения трех проявлений сокровенного естества Бога, которое открывается нам как Бог Отец, Бог Сын и Бог Дух святой.

Естественно, воспитанный человек, как правило, сдерживает собственные природные реакции, и ситуация «стимул-реакция» носит светский характер. Однако мера светскости зависит от временного измерения... Длительная совместная жизнь с человеком, естественная реакция на которую несовместима с физической жизнью, просто невозможна. Практика показывает, что это завершается тяжелыми заболеваниями.

И если в обществе будет последовательно культивироваться дифференцированное, детальное знание об архетипичной природе психических структур и отношениях между ними, это существенно минимизирует недоразумения, напряжение, конфликты, оптимизирует взаимодействие руководителей и подчиненных, политиков и народа и т.д. В свою очередь, необходимым условием такого продвижения сознания является культивирование (в системах образования) уважительного отношения к своеобразию психики постороннего человека, преодоление стихийно возникающих иллюзий относительно того, что все должны видеть, понимать реальность так же, как я.

Сложность этой задачи в том, что «психика постороннего человека — реальность не явная, незримая; ясные, четкие представления о состояниях и особенностях внутреннего мира других людей нелегко строить и содержать в сознании. Таким образом, межсубъектные, в том числе межцивилизационные и другие отношения базируются на внутрисубъектных взаимоотношениях. Но признание этого психофрактального закона не означает, что свои внутренние проблемы субъект всегда должен транслировать во внешний мир. Именно в этом сущность признания фрактального принципа индивидуальной и социетальной психики: живи, думай и поступай по-своему, а отношения с другими строи на высших, индивидуальных *началах* — основах целесообразности общего дела или, бери выше, сохранение жизни сообщества. Лишь *парадигма целесообразности и любви как освящение психофрактальности*

(инаковости, в частности) другого способна сохранить человека и человечество. Вне такого подхода никакая демократия не поможет духовному росту сообществ Земли, не поднимет планку морально-нравственных идеалов и толерантности [21–25].

Следовательно, современный менеджер не может не учитывать мощный пласт невидимых, но познанных процессов.

Л и т е р а т у р а :

1. *Донченко О.А.* Архетиповый менеджмент. — Кировоград: ПВЦ ТОВ «Імекс ЛТД», 2012. — 261 с. ISBN 978-966-189-132-5.
2. *Ананьев Б.* Структура личности / Психология личности в трудах отечественных психологов. Хрестоматия. — СПб.: Питер, 2000.
3. *Леонтьев А.* Деятельность и личность / Психология личности. Том 2. Хрестоматия. — Самара: Изд.дом БАХРАХ, 1999.
4. *Лазурский А.Ф.* Классификация личностей // Психология индивидуальных различий. Тексты. — М.: МГУ, 1982.
5. *Аугустинавичюте А.* Комментарии к типологии Юнга и введение в информационный метаболизм // Соционика, ментология и психология личности. — 1995. - №2. — С. 2-11.
6. *Аугустинавичюте А.* Социальная природа человечества и асоционность общества // Соционика, ментология и психология личности. — 1995. - №3. — С. 5-11.
7. *Аугустинавичюте А.* Соционика: Введение. — М. — СПб.: АСТ, 1998.
8. *Хеджес П.* Анализ характера, или Типология по Майерс-Бриггс. — М.: Эксмо, 2003.
9. *Букалов А.В.* Потенциал личности и загадки человеческих отношений. — М.: Черная белка, 2009. — 592 с.
10. *Букалов А.В., Карпенко О.Б.* Современная соционика. Т.1. Основы соционики. — К.: Международный институт соционики, 2020. — 350 с. — URL: <http://shop.socionic.info/socionics-basic>.
11. *Букалов А.В., Карпенко О.Б.* Современная соционика. Т.2. Методы соционики в эффективном менеджменте. — К.: Международный институт соционики, 2020. — 310 с. — URL: <https://shop.socionic.info/socionics-management>.
12. *Мегедь В.В., Овчаров А.А.* Характеры и отношения. — М., 2002.
13. *Шульман Г.А.* Портрет социона. — М., 2009. — 468с.
14. *Букалов А.В.* Новые законы развития общества // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. — 2010. — № 4. — С. 19–27.
15. *Букалов А.В., Карпенко О.Б.* Квадровые группировки в управленческих коллективах // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. — 2008. — № 3. — С. 7–9.
16. *Букалов А.В.* Прогнозирование социально-политических процессов // Соционика, ментология и психология личности. — 2011. — № 3. — С. 36–51.
17. *Юнг К.* Архетипы и коллективное бессознательное. — М.: АСТ, 2020.
18. *Букалов А.В.* О механизме формирования функций информационного метаболизма в процессе рождения индивидуума // Соционика, ментология и психология личности. — 1996. — №№ 1–2. — URL: <https://socionic.info/ru/t/perinata.html>.
19. *Гроф С.* Области человеческого бессознательного. — М., 1980.
20. *Ходаковский Е.И., Богоявленская Ю.В., Грабар Т.П.* Психология управления. — 2011.
21. *Юнг К.* Архетип и символ. — М.: Ренессанс, 1991.
22. *Юнг К.* Душа и миф. Шесть архетипов. — М.: Харвест, 2004.
23. *Юнг К.* Психологические типы. — М.: АСТ, 1997
24. *Аугустинавичюте А* О дуальной природе человека // Соционика, ментология и психология личности. — 1996. — №№ 1–3. — URL: <https://socionic.info/ru/aushra/index.html>.
25. *Донченко Е.А.* Фрактальная психология. — К., 2004.

Статья поступила в редакцию 05.12.2012 г.