

АРХЕТИПЫ В ОБЫДЕННОМ СОЗНАНИИ*

Е.Ю. Зарубко

Описано исследование, посвященное выявлению категориальных структур сознания, корреспондирующих к психической реальности, терминологически обозначенной как архетипы. Образцом для исследования служит эксперимент Е.Ю. Артемьевой. По аналогии с выявленными Е.Ю. Артемьевой перцептивными универсалиями, в данной работе выявлены коммуникативные универсалии, присущие глубинному уровню образа мира, который описывает отношения между людьми.

Ключевые слова: обыденное сознание, архетипы, универсалии.

Современная российская культура находится в состоянии межцивилизационного периода, которому свойственны утрата естественных традиций и норм цивилизации, активный экзистенциальный диалог, формирование новых форм цивилизации [6]. В силу отсутствия четко обозначенных культурных стереотипов поведения каждый получает полную свободу самовыражения и выбора, поиска смысла, что ведет к сложностям в понимании между людьми. Чтобы осуществить коммуникацию, достичь взаимопонимания, развить новые формы культуры, становится необходимым изучать *категории*, которые являются *основополагающими для культуры*. Такие категории служат ориентирами, на основе которых можно выстраивать систему ценностей, смыслов, отношений к миру. К числу таких категорий относится и категория «архетип», которая является обозначением для предельных оснований культуры, наиболее устойчивых, базовых ее первоэлементов [5].

Понятие «архетип» стало предметом исследований в философии (А.А. Брудный, 1983; С. Сендерович, 1997; С.А. Нижников, 2002; Т.И. Вендина, 2007; И.А. Есаулов, 2004), в литературоведении (Е.А. Козицкая, 1995; Ю.М. Доманский 1999; Н.Г. Урванцева, 2005; Иванов, 2004; Т.Г. Бочина). Понятие «архетип» активно используется в прикладных областях психологии: политической психологии (А.А. Андреев, 2002; А. Цуладзе, 2000 и др.); психологии рекламы (Г.Г. Почепцов, 2000; Е.В. Змановская, 2005; А.И. Иващенко 2006 и др.), в организационной психологии

(С. Hodgkinson, 1983; Й. Нойбергер, 2001; Р. Мохнес, 2006).

В научной психологии термин «архетип» часто обходят стороной, считая его ненаучным понятием, относящимся скорее к эзотерике, чем к науке. Это справедливое утверждение, так как используя термин «архетип», К.Г. Юнг определял его размыто. В его работах разных лет можно найти различные определения архетипа. Понятие архетипа в большей степени опиралось на культурологический анализ, а психологический статус его в основном декларировался и не подвергался прямому эмпирическому исследованию. В работах последователей К.Г. Юнга расширяется феноменология, описываются все новые и более частные проявления архетипа. Но само понятие архетипа остается нечетким. Исследователи ограничиваются тем, что берут определение архетипа у К.Г. Юнга. Не проводится работа по уточнению самого понятия «архетип». Размытость в определении архетипа приводит к тому, что его используют в псевдонаучных работах эзотерического толка.

Поскольку научная психология не занимается разработкой и уточнением этого термина, то практическому психологу приходится пользоваться работами Юнга семидесятилетней давности. Нельзя игнорировать понятие архетипа, которое *прижилось настолько, что уже порой бездумно воспроизводится* в качестве технологии при проведении тренингов и при создании рекламного образа.

Правда в условиях, когда академическая психология обходит термин «архетип» сторо-

* Исследование поддержано ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы, номер контракта П611 от 07.08.2009.

ной, при изучении обыденного сознания *ученые сталкиваются с феноменами*, которые так или иначе оказываются *связанными с понятием «архетип»*. К таковым мы относим исследования, посвященные прототипам (Э. Рош, Дж. Лакофф), инвариантам (А. Вежбицкая), ядерным смыслам (Е.Ю. Артемьева, С.Д. Смирнов, В.В. Петухов).

В настоящей работе сделана попытка описать, как в обыденном сознании категоризируются понятия, описываемые авторами (Е.М. Мелетинский, П. Я. Пропп и др.) как универсальные, общечеловеческие. Мы предполагаем, что обыденное сознание категоризирует понятия так, что это напоминает архетипы. Понятие архетипа, предлагаемое в данной работе, создано на основе литературного анализа и выглядит так: Архетип – это имплицитная модель взаимодействия между универсальными деятелями.

Цель исследования состоит в том, чтобы выявить категориальные структуры сознания, корреспондирующие к психической реальности, терминологически обозначенной как архетипы.

Образцом для исследования послужила работа, проведенная Е.Ю. Артемьевой, посвященная изучению перцептивных универсалий. В этом исследовании респонденты составляли списки слов, описывающих геометрические фигуры. Затем, в обратном эксперименте, другие респонденты по этим спискам свойств должны были нарисовать фигуры. Сходство изначально заданных и воспроизведенных фигур позволило Е.Ю. Артемьевой говорить о существовании таких перцептивных универсалий, присущих глубинному уровню структур субъективного опыта [2]. В нашем исследовании мы также обращаемся к глубинным ядерным структурам, надеясь получить аналоги перцептивных универсалий только в области межличностных отношений. Если такие универсалии существуют, то они могут быть получены в прямом и обратном эксперименте. Прямой эксперимент заключается в том, что респондентам предъявляется название архетипа, респонденты рисуют этот архетип. Обратный эксперимент состоит в том, что респондентам предъявляется рисунок, но не указывается, что именно он иллюстрирует. Респонденты озвучивают содержание рисунка.

Содержательный анализ результатов, полученных на предыдущем этапе исследования в ходе опроса 154 респондентов, позволил выявить ряд архетипов [4]. Были отобраны

архетипы, достаточно содержательные, чтобы быть изображенными в рисунке: Помощь, Агрессор–Жертва, Исцеление, Искушение, Убежище/Дом.

На этапе *прямого эксперимента* группе респондентов (студентов первого курса факультета психологии ТюмГУ, 42 человека) было озвучено название архетипа с указанием персонажей, задействованных в данном архетипе. Предлагалось представить архетип и нарисовать его. В результате прямого эксперимента был получен набор рисунков по каждому архетипу.

Следующим шагом являлась *экспертная оценка* рисунков. Экспертам выступали 6 человек, из них 3 психолога (1 д-р психол. наук, 2 канд психол. наук) и 3 философа (2 канд. философ. наук, 1 д-р философ. наук). Эксперту озвучивался архетип и показывались все рисунки, его иллюстрирующие. Эксперт оценивал, насколько точно выражен в рисунке архетип. Оценка производилась с помощью шкалы от 0 (рисунок совсем не иллюстрирует архетип) до 7 (рисунок очень точно выражает архетип). Баллы, которые эксперты присваивали каждому рисунку, суммировались. Наиболее репрезентативные рисунки получали наибольшую сумму баллов. В итоге по каждому архетипу были отобраны 4 наиболее релевантных рисунка. Отобранные рисунки были переданы профессиональному художнику. Задача художника заключалась том, чтобы осуществить визуальное «сгущение смысла», на их основе составить один рисунок, в котором наиболее четко изображены характерные черты архетипа.

На этапе *обратного эксперимента* респондентами выступали 44 человека, представители различных специальностей. Выборка была выравнена по полу и возрасту. В качестве стимульного материала выступали три рисунка по каждому архетипу: два наиболее информативных рисунка, сделанных респондентами, и один рисунок, выполненный художником. Таким образом, респонденту предъявлялись три рисунка, иллюстрирующие один и тот же архетип. Респондентам необходимо было озвучить содержание каждого рисунка. Ответы были записаны на диктофон, затем были составлены протоколы.

По каждому рисунку были составлены сводные *протоколы*, на которых были зафиксированы высказывания всех респондентов относительно данного рисунка. Всего было составлено 15 таких протоколов по 15 рисункам.

Внутри каждого описания, которое респондент давал рисунку, были *убраны повторы*. Каждый протокол был подвергнут *частотному анализу*. В качестве семантических единиц выступали части речи – существительное, глагол, прилагательное, причастие, наречие, – которые имели самостоятельный смысл. В частотном анализе не учитывались слова, которые не несут самостоятельной смысловой нагрузки: союзы («и», «а»), предлоги, местоимения («мой», «который», «эти»), вводные слова («наверное», «может быть»), вспомогательные глаголы («будут», «были», «являются»).

Рубрики частотного анализа составлялись исходя из определения архетипа, предложенного в данной работе. В качестве рубрик выступают: общее название ситуации взаимодействия («помощь» – существительные, ответ на вопрос «что?»), персонажи/действующие лица (существительные, ответ на вопрос «кто?»), действия персонажа 1, действия персонажа 2 (глаголы). Некоторые рубрики были выделены эмпирически: характеристики персонажа 1, характеристики персонажа 2 (прилагательные и причастия, ответ на вопрос «какой?» – «добрый», «плачущий»), средства (с помощью чего производится действие), желания персонажей («наестся»), характеристика ситуации («домашняя», «депрессивная»).

Сокращение размерности семантических профилей

1. Слова, которые респонденты использовали один раз, описывая рисунок, были объединены с близкими по смыслу словами, которые чаще употреблялись при описании рисунка. Для более точного поиска синонимичных слов был использован словарь синонимов русского языка. Например, при описании одного и того же персонажа характеристика «агрессивный» упоминалась 2 раза, а характеристика «агрессивно настроенный» – 1 раз. В этом случае характеристика «агрессивно настроенный» удаляется из списка, а ее частота суммируется с частотой слова «агрессивный». Таким образом, слово «агрессивный» получило частоту упоминаний – 3.

2. Список слов в каждой рубрике был сокращен. Удалялись слова, редко использовавшиеся респондентами (реже 3 раз). Если между частотами употребления слов был обнаружен большой разрыв, то слова, находящиеся ниже линии разрыва, то есть редко употреблявшиеся, удалялись. Если рубрику

составляли только редко употреблявшиеся слова (с частотами 1 или 2), то такая рубрика исключалась из сводной таблицы.

В результате были получены сводные таблицы, в которых указаны наиболее часто употреблявшиеся слова, описывающие каждый из трех рисунков. Ниже приведены две сводные таблицы, описывающие семантические профили двух архетипов: «Помощь» и «Агрессор–Жертва».

Обсуждение

Как видно из табл. 1, архетип Помощи, заложенный в рисунках, воспроизведен респондентами очень четко, о чем свидетельствует частота слова «Помощь», которое было использовано респондентами при характеристике рисунков. Необходимо подчеркнуть, что частота употребления слова «помощь», полностью совпадающего с названием архетипа, намного превышает частоту сходного по смыслу слова «спасение». Легкость, с которой воспроизводится название архетипа, говорит о том, что в обыденном сознании респондентов присутствует архетип помощи, и этот архетип легко распознается. Слово «спасение» может быть представлено как сходное по смыслу слову «помощь», но, по мнению части респондентов, спасение адресует к другому кругу ситуаций. Когда речь идет о помощи, предполагается, что человек попал в затруднительную, но не безвыходную ситуацию. Говоря о спасении, респонденты подчеркивали, что спасение характерно для ситуаций на грани жизни и смерти.

В соответствии с предложенным определением архетипа как сценария взаимодействия между фигурами (деятелями, персонажами), респонденты идентифицировали каждого из нарисованных персонажей.

Называя одного из персонажей, респонденты использовали такие существительные, как «спасатель», «спаситель», «помощник». Другому персонажу были присвоены описательные характеристики «терпящий бедствие», «потерпевший», «спасаемый». Персонажи также описывались через совершаемые ими действия. Один из персонажей «помогает», «спасает», «вытаскивает». Другой персонаж, в свою очередь, «просит», «ждет», «падает». В сознании респондентов, таким образом, выявилась диада персонажей, один из которых явно оказывает помощь, а другой в этой помощи нуждается и принимает её. Стоит отметить, что в качестве средства, с помощью которого производится действие, респонденты

Семантический профиль архетипа «Помощь»

Рубрика	№ рисунка		
	Рисунок 1	Рисунок 2	Рисунок 3
Ситуация взаимодействия	Помощь 36 Спасение 18	Помощь 34 Спасение 17	Помощь 37 Спасение 19
Персонаж 1	Утопающий 5 Спасаемый 5	Рыбак 3 Робинзон Крузо 2	Человек 22
Персонаж 2	Спасатель 10 Спаситель 5 Помощник 4	Спасатель 9 Спаситель 6 Помощник 4 МЧС 2	Спасатель 9 Помощник 5 Спаситель 5 Мама 2
Действия персонажа 1	Падает 6 Забирается 4 Залезть 3 Сорвался 3 Просит 3 Нуждается 2 Попадает (в беду) 2	Ждет 5 Оказывает 4 Спасается 3 Просит 3 Горит 2 Нуждается 2 Ожидает 2 Поест 2 Радует 2	Просит 4 Упал 4 Попадает 3 Стоит 3 Нуждается 2 Оказался 2 Тянется 2 Ожидает 2
Действия персонажа 2	Помогает 21 Спасает 11 Вытаскивает 4 Протягивает 4 Вытягивает 3 Приходит 3 Даст 2 Идет 2 Поднимает 2 Тянет 2	Спасает 13 Помогает 11 Сбрасывают 10 Скидывает 6 Пришла 4 Не спасает 2 Протягивает 2 Решили 2 Бросают 2	Спасает 13 Помогает 12 Протягивает 9 Нужно 6 Вытаскивает 5 Тянет 3 Вытягивает 2 Подает 2 Оказывает 2
Характеристики персонажа 1	Терпящий (бедст.) 4 Попавший (в беду) 3 Потерпевший 3 Тот, кому нужна помощь 2 Нуждающийся 2 Пострадавший 2	Потерпевший 4 Спасаемый 4 Терпящий 4 Утопающий 3 Нуждающийся 4 Ближний 2 Голодный 2 Голод 2 Попавший 2 Пострадавший 2	Утопающий 6 Потерпевший 4 Спасаемый 4 Терпящий (бед.) 4 Нуждающийся 3 Несчастный 2 Попавший 2 Пострадавший 2
Характеристики персонажа 2	Помогающий 2	Помогающий 2 Спасательный 2 Спасающий 2	Спасающий 3 Помогающий 2
Характеристика ситуации	В беде 5 Бедствие 4 Экстремальная 2	Бедствие 5 Беда 4 Экстремальный 2 Не вижу 2 Положительный 2	Непонятно 9 Не очень понятно 2 Беда 5 Экстремальная 2 Положительный 2
Средства	Рука 9 Веревка 4	Самолет 8 Посылка 7 Гуманитарная 5 Пища 5 Груз 4 Рука 4 Продукты 3	Руки 17

чаще всего называли «руки». Гораздо реже встречаются объекты, которые использует один персонаж для помощи другому – «веревка» и др.

Высокая частота употребления слов, релевантных архетипу Помощи, в описаниях каждого из трех рисунков, говорит о том, что

данный архетип присутствует в обыденном сознании и легко распознается респондентами. Характеризуя результаты контент-анализа в целом по трем рисункам архетипа «Помощь», можно утверждать, что архетип был полностью воспроизведен в описании респондентами рисунков (табл. 2).

Таблица 2

Семантический профиль архетипа «Агрессор – Жертва»

Рубрика	№ рисунка		
	Рисунок 1	Рисунок 2	Рисунок 3
Ситуация взаимодействия	Насилие 10 Нападение 7 Агрессия 6 Охота 6 Жестокость 4 Убийство 4 Борьба 2 Любовь 2 Выживает сильнейший 2 Половой акт 2	Насилие 14 Агрессия 9 Драка 8 Бокс 3 Борьба 3 Нападение 3 Убийство 3 Удар 3 Избиение 3 Угроза 3	Насилие 13 Расстрел 12 Агрессия 9 Жестокость 5 Наказание 5 Убийство 5 Казнь 3 Нападение 3 Угроза 3 Терроризм 3
Персонаж 1	Жертва 15 Бык 16 Корова 11 Буйвол 5 Лось 3	Жертва 14 Женщина 3 Девочка 3 Девушка 3 Сын 3	Жертва 18 Заложники 9 Люди 7 Преступники 6 Человек 5 Мишени 3
Персонаж 2	Тигр 9 Хищник 8 Агрессор 6 Волк 5 Динозавр 3 Леопард 3 Охотник 3	Обидчик 5 Мужчина 5 Агрессор 5 Насильник 3 Злодей 3 Мальчик 2 преступник 3	Агрессор 6 Бандит 4 Палач 4 Террорист 4 Преступник 4 Человек 3 Злодей 3 Носитель закона 3
Действия персонажа 1	Смотрит 3 Гулял 2	Плачет 20 Не слушается 4	
Действия персонажа 2	Нападает 16 Загрызает 3 Убивает 3 Побеждает 3	Бьет 23 Обижает 7 Нападает 2 Утешает 2	Стреляет 8 Убивает 4 Держит под прицелом 4 Угрожает 4 Направляет 3 Расстреливает 3 Навел 3
Характеристики персонажа 1	Страдающий 5 Несчастный 4	Слабый 7 Слезы у него 7 Обиженный 6 Пострадавший 5 Бедный 3 Хороший 3	Связанный 9 Страдающий 4 Слабый 3
Характеристики персонажа 2	Плохой 4 Сильнейший 4 В пятнышках 3 Сверху 3	Нападающий 4 Сильный 4 Плохой 3 Агрессивный 3 Наносящий боль 3 Грустный 2 Доминирующий 2 Нехороший 2	Нападающий 2 Пришлось сделать 2 Доминирующий 2 Плохой 2 Сильный 2
Характеристика ситуации	Непонятный 3	Жестокость 5 Зло 2 Власть 2	
Средства	Когти 3	Палка 7	Пистолет 14 Оружие 6 Под прицелом 3 Ствол 3 Наручники 3
Желания	Съесть 12 Выжить 4		

Данный архетип предполагает наличие двух взаимодействующих фигур, одна из которых – «Жертва», другая – «Преследователь». Архетипическая фигура жертвы была воспроизведена респондентами, описывавшими рисунки. Частота встречаемости слова «Жертва» (от 14 до 18 раз) намного превышает предметно окрашенные названия персонажа – «бык», «корова» (для рисунка 1), «женщина», «девочка» (для рисунка 2), «заложники», «преступники» (для рисунка 3). Описывая рисунок 1, респонденты интерпретировали «жертву» как травоядное животное. Обращаясь к рисунку 2, многие респонденты называли в качестве страдающего персонажа человека женского пола – «женщина», «девочка», «девушка». Причем персонаж рисунка 2 не имеет внешних признаков, которые позволяли бы отнести его именно к женскому полу. Скорее всего, в обыденном сознании респондентов жертва – это, прежде всего, женщина. Возможно, в обыденном сознании существуют культурные, цивилизационные шаблоны, ставшие стереотипами, которые восходят ко времени, когда женщина занимала подчиненное положение по отношению к мужчине. Характеризуя третий рисунок, респонденты также наиболее часто называли персонажа жертвой, другим вариантом были «заложники» или «преступники», ожидающие наказания.

Другой персонаж был интерпретирован респондентами как «хищник», «агрессор», «обидчик». Персонаж рисунка 1 описывался как хищное животное, которое нападает на травоядное животное, не в силу неприязни к нему, а ради выживания. Персонаж рисунка 2 уже интерпретировался как обидчик, злодей, то есть деятель, намеренно причиняющий другому персонажу вред. Еще более ярко был описан персонаж рисунка 3: это не просто «агрессор», это «бандит», «палач», «террорист» – человек, чья жестокость по отношению к другому персонажу является чрезмерной и нарушающей общественные нормы. Хотя, в трех случаях респонденты предположили, что в качестве агрессора выступает представитель правоохранительных органов, который выполняет свой долг.

Один персонаж характеризуется как «страдающий», «несчастный», «слабый», «связанный». Другой персонаж имеет кардинально отличающиеся характеристики: «нападающий», «сильный», «плохой». Актуализация подобных характеристик в сознании респондентов также говорит о том, что рес-

понденты улавливают различия между персонажами: один из них является страдающим (жертвой), другой – нападающим (агрессором). Стоит также отметить, что «страдающий» персонаж часто характеризуется как «хороший», а «нападающий» – как плохой. Возможно, это связано с особенностями российского менталитета – склонностью терпеть, смиряться [1, 3].

Ситуация наиболее часто описывалась респондентами как «насилие». Название ситуации, содержательно близкое названию архетипа – «нападение» – также встречалось достаточно часто. Чаще всего это слово использовалось применительно к рисунку, на котором изображены животные. В целом респонденты использовали слова, сходные по смыслу с содержанием архетипа: «агрессия», «жестокость», «драка» и т.д. интерпретируя рисунок с животными, респонденты также предположили, что персонажей помимо отношений агрессии связывают и любовные отношения. Такая характеристика вполне отвечает психоаналитической теории З. Фрейда, согласно которой активность человека определяется инстинктами. Основными из них являются Эрос, инстинкты жизни, служащие для сохранения и размножения вида, и Танатос, инстинкты смерти, лежащие в основе жестокости, агрессии [8].

Необходимо также отметить, что если в архетипе «помощь» в качестве средства реализации действия выступают руки, то в архетипе «нападение» действие опосредуется другими предметами, в качестве которых выступают «палка», «пистолет», «оружие». Различные названия оружия, с помощью которого осуществляется акт агрессии, дают информацию только о предметных подробностях ситуации. Но акцент не на руку, держащую оружие (и фактически осуществляющую акт агрессии), а на само оружие отнюдь не случаен и восходит к архаическим представлениям. Оружие часто воспринималось как имеющее душу, свой характер, обладающее именем [7].

Характеризуя ответы респондентов по трем рисункам в целом, необходимо отметить, что респонденты воспроизвели в своих ответах архетип Нападения, предполагающий взаимодействие Жертвы и Агрессора.

Частотный анализ протоколов по другим архетипам (Исцеление, Искушение, Убежище/Дом) указывает, что архетип, заложенный в рисунках, с легкостью воспроизводится респондентами, о чем свидетельствует высокая

частота слов, прямо отсылающих к названию архетипа. В обратном эксперименте, таким образом, был восстановлен перечень архетипов.

В эксперименте, проведенном Е.Ю. Артемьевой, были выявлены перцептивные универсалии, присущие глубинным структурам образа мира и характеризующие восприятие в целом. В нашем исследовании, по аналогии с исследованием Е.Ю. Артемьевой, были получены коммуникативные универсалии, категории высокого уровня обобщения, характеризующие отношения между людьми. Подводя итог, мы можем констатировать, что фрагмент образа мира, описывающий отношения между людьми, также имеет глубинную структуру, содержит в себе коммуникативные универсалии, которые можно обозначить как архетипы. Понятие архетип, таким образом, оказывается демистифицированным.

Выводы. Высокая частота появления слов, прямо совпадающих и близких по смыслу названиям архетипов, заложенных в рисунки, говорит о том, что в обыденном сознании существуют архетипы, представляющие собой сценарии взаимодействия между персонажами. Эти архетипы, как было показано в обратном эксперименте, с легкостью воспроизводятся респондентами. Таким образом, в исследовании проверено предположение о том, что в обыденном сознании существуют категориальные структуры, которые соотно-

симы с понятием «архетип». Следовательно, предложенное определение архетипа может служить эффективным инструментом работы с обыденным сознанием.

Литература

1. Андреев, А.А. *Политическая психология* / А.А. Андреев. – М.: Весь Мир, 2002. – 240 с.
2. Артемьева, Е.Ю. *Психология субъективной семантики* / Е.Ю. Артемьева. – М.: ЛКИ, 2007. – 136 с.
3. Вьюнов, Ю.А. *Русский культурный архетип. Страноведение России* / Ю.А. Вьюнов. – М.: Наука: Флинта, 2005. – 480 с.
4. Доценко, Е.Л. *Имплицитные семантические поля архетипов* / Е.Л. Доценко, Е.Ю. Зарубко // *Вестник Тюменского государственного университета*. – 2008. – №5. – С. 111–117.
5. Колчанова, Е.А. *«Архетип» как категория философии культуры: дис. ... канд. философ. наук* / Е.А. Колчанова. – Тюмень, 2006. – 160 с.
6. Павлов, А.В. *О средообразующей роли отдельно стоящего дерева (к проблеме межкультурного периода)* / А.В. Павлов // *Взаимопонимание культур*. – Тюмень, 1998. – Вып. 1. – С. 1–19.
7. Протт, В.Я. *Морфология сказки* / В.Я. Протт. – М.: Лабиринт, 1998. – 512 с.
8. Хьелл, Л. *Теории личности* / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб.: Питер, 2003. – 608 с.

Поступила в редакцию 29 июня 2010 г.

Елена Юрьевна Зарубко. Преподаватель кафедры общей и социальной психологии Тюменского государственного университета: arslonga13@yandex.ru.

Elena Yu. Zarubko. Assistant of professor, Department of General and Social Psychology, Tyumen State University: arslonga13@yandex.ru.