

ВАЖНОСТЬ ЗНАНИЙ АРХЕТИПОВ В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ.

*Ибраева Айдана Нурлановна
Исламова Асель Аликкызы
Студентки 3-го курса
Алгалиева Гульназым Сакеновна
Научный руководитель, старший преподаватель
Евразийского Национального университета им.Л.Н.Гумилева*

THE IMPORTANCE OF KNOWLEDGE OF ARCHETYPES IN COMMUNICATION

*Ibrayeva Aidana Nurlanovna
Islamova Assel Alikkzy
Algaliyeva Gulnazym Cakenovna
Academic adviser, Senior Lecturer
L.N.Gumilyov Eurasian National University*

Аннотация. Данная статья посвящена теме архетипов, а именно важности знаний архетипов в сфере коммуникаций. В ходе написания этой статьи предоставлены факты, которые подтвердили важность знаний архетипов в сфере коммуникаций. Также рассматривается общественное мнение в виде опроса и различных статистик.

Цель данной статьи: не только информировать общество о существовании архетипов, но также и показать на примере - как можно применить эти знания для достижения собственных целей.

В заключении, аргументы и аналитика в данной статье поспособствовали тому, чтобы доказать важность знания архетипов. И отмечается, что если люди будут верно использовать эти знания, направлять и менять каждого из своих внутренних «архетипов» правильно, то смогут достичь высокого уровня взаимодействия с окружающим миром. Ведь все приводит к тому, что компетенция в сфере архетипов важная составляющая любого рода коммуникаций.

Abstract. This article is devoted to the topic of archetypes, namely the importance of knowledge of archetypes in the field of communications. In the course of writing this article provided facts that confirmed the importance of knowledge of archetypes in the field of communication. Also considered public opinion in the form of a survey and various statistics.

The purpose of this article is not only to inform society about the existence of archetypes, but also to show by example how this knowledge can be applied to achieve its own goals.

In conclusion, the arguments and analytics in this article have contributed to proving the importance of knowledge of archetypes. And it is noted that if people correctly use this knowledge, guide and change each of their internal “archetypes” correctly, they will be able to achieve a high level of interaction with the outside world. After all, everything leads to the fact that competence in the field of archetypes is an important component of any kind of communication.

Ключевые слова: архетипы, знание, коммуникация, цели, технологии, информация, революция, экономика, фактор, опрос, классификация.

Keywords: archetypes, knowledge, communication, goals, technologies, information, revolution, economics, factor, survey, classification.

Во второй половине 20 века, в корне изменившиеся аналоговые технологии перешли к цифровым. Изменения в конце 1980-х годов связанные с широким распространением информационно-коммуникационных технологий, стали предпосылками информационной революции.

Таким образом, продажа и реклама стали основополагающим фактором развития экономики в XXI веке.

Век, в котором каждый уважающий себя человек образован и компетентен не только в традиционных сферах, но также в инновационных и законодательных. В котором страны Мира стремятся к абсолютной демократии и прозрачности. И каждая нация имеет своё отдельное место в этом огромном обществе. Но достигнув всего этого сегодня, смогут ли люди будущего правильно коммуницировать не с новыми технологиями, а самими людьми? И в этой статье будут предоставлены факты, которые будут подтверждать важность знаний архетипов в сфере коммуникаций. Также будет рассмотрено общественное мнение в виде опроса и различных статистик.

Для начала, ответим на вопрос: «Что такое архетипы и их классификация?» Архетип является универсальным символом человеческого опыта. Благодаря ему определяется роль человека в обществе и выстраиваются его отношения с необходимой аудиторией.

Швейцарский психиатр Карл Густав Юнг отмечал, что архетип - основная врождённая составляющая психической структуры каждого индивида. Он определяет архетип как изначальные, врожденные психологические структуры.

На сегодняшний день существуют сотни, а то и тысячи различных классификаций архетипов. В ходе исследования было выделено 9 основных: миротворец, перфекционист, помощник, достигатель, индивидуалист, мыслитель, скептик, энтузиаст и босс. Они являются основными инструментами эффективного общения.

Примеря различные архетипы, человек может стать «своим среди чужих».

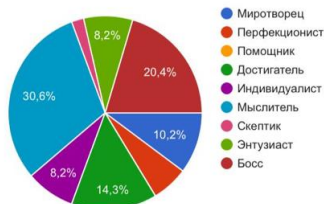
Таким образом, достигая различных целей при помощи правильно установленной коммуникации. К примеру, приходя к инвесторам за финансированием, вы должны настроить внутренне свой архетип правильно, досконально изучив архетип собеседников. Имея внутренний архетип «Босса» вам будет тяжелее установить контакт, нежели если бы вы были «Помощником». Так как у архетипа «Босс» нет желания подчиняться, но есть такое качество как «оберегать тех, кто слабее». Тем самым, будучи в архетипе «Помощника» вам не составит труда расположить к себе «Босса».

И путём правильного применения архетипов вы сможете легко достичь своих поставленных целей.

Знает ли общество о существовании архетипов и применяют ли они их для достижения собственных целей? Такого рода вопросы были заданы нашим респондентам.

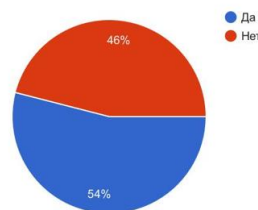
Как Вы думаете, какой из нижеперечисленных архетипов Вам подходит?

49 ответов



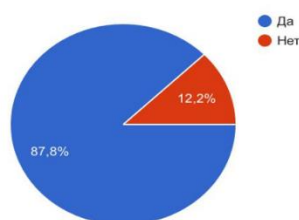
Знаете ли Вы что такое «архетип»?

50 ответов



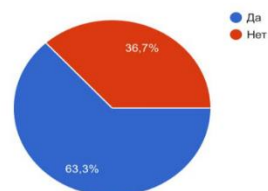
Как Вы думаете важно ли знание архетипов при деловой коммуникации?

49 ответов



Используете ли Вы архетипы при коммуникации с людьми?

49 ответов



Результат опроса показал, что 54 процента опрошенных владеют информацией о том, что такое архетип. Более того, 63.3 процента респондентов используют навыки архетипов при коммуникации с людьми. Также, 87.8 процентов опрошенных считают, что знание архетипов немаловажное составляющие при введении деловой коммуникации.

Таким образом, можно отметить, что архетипы влияют на решение людей при коммуникации.

В любой сфере деятельности коммуникация является основополагающей, важной частью. Именно благодаря общению люди создают семьи, развивают себя и свою сферу деятельности, познают что-то новое. Таким образом, мир постоянно развивается, а общество становится эрудированнее. Если коммуникация основополагающая всего начала, то знание архетипов и есть это «начало». Если для технарей важно знать гипотезы, формулы и теории, то для гуманитарных наук архетип является важным знанием наряду со знанием грамматики.

Умение правильной подачи информации особенно важно для представителей СМИ. Именно поэтому на сегодняшний день владение и применение разных архетипов актуально.

В заключении хотелось бы прийти к выводу, что аргументы и аналитика в данной статье поспособствовали тому, чтобы доказать важность знания архетипов в сфере коммуникаций. И отметить, что если люди будут верно использовать эти знания, направлять и менять каждого из своих внутренних «архетипов» правильно, то смогут достичь высокого уровня взаимодействия с окружающим миром.

Все приводит к тому, что компетенция в сфере архетипов важная составляющая любого рода коммуникаций.

Библиографический список:

угл форма

<https://docs.google.com/forms/d/1x4k1-54wooUTqpyWBRSr9kofI-yCNtSD9E2ZJi--FC0/edit>

(Дата обращения 27.09.2019)

икипедия http://http-wikipediya.ru/wiki/Цифровая_революция

(Дата обращения 27.09.2019)

8 лаборатория <http://lab18.ipu.ru/projects/conf2016/2/2.htm>

(Дата обращения 27.09.2019)

References:

[h](#)

(Date of the application 27.09.2019)

[t](#)

2. Wikipedia http://http-wikipediya.ru/wiki/Цифровая_революция

[t](#)

(Date of the application 27.09.2019)

[p](#)

[f](#)

(Date of the application 27.09.2019)

[d](#)

[b](#)

[o](#)

[e](#)

[g](#)

[o](#)

[v](#)

[e](#)

[c](#)

[h](#)

[y](#)

[r](#)

[e](#)

[r](#)

[h](#)

[i](#)

[n](#)

[k](#)

[k](#)

[w](#)

[h](#)

[o](#)

[u](#)

[p](#)

[d](#)

[p](#)

[y](#)

[w](#)

[b](#)

[r](#)

[s](#)

[k](#)

[o](#)

[p](#)

[i](#)

[y](#)

[c](#)

[h](#)

[n](#)

[t](#)