

Krystyna Węglowska-Rzepa
Instytut Psychologii
Uniwersytet Wrocławski

Archetypy w życiu człowieka

Wprowadzenie w problematykę

Coraz częściej przekonujemy się, że nie można poznać człowieka, nie badając kultury i całego dziedzictwa, jakie ona z sobą niesie. Kultura stanowi zwierciadło, w którym rozpoznać można głębokie, często nieuświadamiane przez ludzi, sprzeczne motywy i twórcze talenty, wizje własnego życia i świata społecznego.

W szerokim definicyjnym ujęciu kulturę można rozumieć jako „historycznie ukształtowany system wytworów materialnych, symbolicznych i socjetalnych, które są nośnikami wartości i znaczeń dla ludzkości, narodu, plemienia, wspólnoty ludzkiej lub innej zbiorowości” (Koziński, 1997, s. 181).

Wszelka kultura jest zjawiskiem społecznym. Istnienie jej poza zbiorowością staje się niemożliwe. Zbiorowość odgrywa decydującą rolę w powstawaniu kultury, jej trwaniu i ewolucji. Dzięki złożonemu systemowi edukacyjnemu możliwe jest przekazywanie dziedzictwa wspólnoty z pokolenia na pokolenie i tym samym zakorzenianie się najważniejszych wartości kultury w psychice i zachowaniach społeczności. Chociaż kultura charakteryzuje się długim trwaniem, to jednak ulega przemianom spontanicznym i celowym. Jednym z bardziej znanych zjawisk dynamizujących kulturę jest dyfuzja (Nowicka, 1997). Oznacza ona rozprzestrzenianie się różnorodnych elementów kulturowych (obyczajów, wzorów osobowych, ruchów artystycznych, trendów naukowych) w drodze zapożyczeń. Dzięki dyfuzji, zachodzącej w dużej mierze poprzez proces uczenia się i kulturyzacji, zmniejszają się różnice międzykulturowe. Dzięki nim współczesny człowiek ma szansę lepiej zrozumieć innych współmieszkańców Ziemi, odkryć, że istnieją cechy wspólne i że pewne doświadczenia mają podobny przebieg. Ujawniające się podobieństwa są szansą na wzrost tolerancji i zrozumienia, nie dają jednak gwarancji,

że zachodzące przemiany w kierunku ujednolicenia się kultury zapewnią lepszy byt i lepszy rozwój społeczeństw. Pomijanie dziedzictwa kulturowego danej zbiorowości, działanie w sprzeczności z dotychczasowymi jej prawami i tradycjami może wyzwać wiele wewnętrznych konfliktów i niepokojów. Przykładem zderzenia się kultur Wschodu i Zachodu jest atak terrorystyczny zorganizowany przez Osamę bin Ladena na World Trade Center w USA czy też już na znacznie mniejszą skalę są to problemy, jakich doświadczają Polacy przed włączeniem kraju do Unii Europejskiej.

Na rolę kultury w rozwoju człowieka zwrócił uwagę jeden z głównych przedstawicieli myśli psychologicznej C.G. Jung, odkrywca nieświadomości zbiorowej i twórca koncepcji archetypów. Jego prace w tym zakresie nawiązują głównie do kultury symbolicznej, zwanej też duchową, do której należą dzieła literackie i malarskie, odkrycia i wynalazki, filozofia i religia, z całym ich zasobem wytworów, symboli i znaczeń o charakterze ponadczasowym (Jung, 1999, 1998, 1997, 1986, 1936, 1935, 1993, i in.).

Według C.G. Junga proces rozwoju człowieka i kształtowania się jego osobowości, określane również jako indywiduacja, zachodzi potencjalnie w ciągu całego życia jednostki. Na przebieg indywiduacji mają wpływ doświadczenia jednostkowe i zbiorowe, nagromadzone zarówno w ciągu życia osoby, jak również wykształcone w rozwoju gatunkowym i historycznym ludzkości. Zachowania jednostek i grup społecznych w dużym stopniu wyznaczone są przez kulturę, będącą specyficznym wytworem myśli i doświadczeń zbiorowych, zawierającej wzorce rozwoju, regulującej zachowania poprzez systemy wartości i symbole. Kultura jest drugim obok dziedziczenia istotnym elementem wpływającym na funkcjonowanie psychiki człowieka, zwłaszcza na jej część nieświadomą. Z jednej strony kultura stanowi odzwierciedlenie psychiki i jej możliwości, a z drugiej jest istotnym czynnikiem ją kształtującym.

Proces indywiduacji człowieka przebiega dwufazowo. Faza pierwsza polega na zaadaptowaniu się do środowiska zewnętrznego i ukształtowaniu podstawowych cech własnej osobowości ułatwiających pełnienie ról społecznych, zawodowych i rodzinnych. Faza druga, statystycznie przypadająca na około 40 rok życia, oznacza wrastanie w kulturę, przestrzeganie z większą świadomością zasad etycznych i moralnych oraz refleksyjne ustosunkowanie do wartości ponadczasowych. W fazie tej, poprzez kontakt z archetypami, które należą do nieświadomej, zbiorowej części psychiki, dochodzi do zgłębiania prawd o samym sobie, poznawania swej duchowej natury i zintensyfikowania wysiłków prowadzących do wewnętrznej integracji i pełni.

Archetypy, które można rozumieć jako wrodzone dyspozycje do przeżywania, myślenia i działania w określony sposób, dają się rozpoznać w zewnętrznych zachowaniach jednostek i grup społecznych, szczególnie zaś w tych zachowaniach, które dotyczą podstawowych i uniwersalnych doświadczeń życiowych. W psychice człowieka archetypy ujawniają się zazwyczaj poprzez wewnętrzne postaci Cie-

nia, Animy, Animusa, Wielkiej Matki, Starego Mędrca i Jaźni. Cechy tych archetypów zawarte są w symbolach często wspólnych dla wielu kultur, posiadają one (symbole) fascynujący urok i moc wywoływania silnych emocji, przez co mogą być użyteczne przy transformowaniu zachowań. W „Krytycznym słowniku analizy jungowskiej” A. Samuels, B. Shorter, F. Plaut (1994, s.196) piszą:

„Symbole to ujmujące komunikaty obrazowe. Są niewyraźnymi, metaforycznymi i enigmatycznymi portretami rzeczywistości psychicznej. Treść, tzn. znaczenie symboli, nie jest wcale oczywista; jest ona raczej wyrażona w wyjątkowych i indywidualnych pojęciach, a jednocześnie bierze udział w obrazowaniu uniwersalnym. Gdy się te pojęcia przepracuje (to znaczy podda refleksji i ujmie w relacjach), można je rozpoznać jako aspekty tych OBRAZÓW, które kontrolują, porządkują i nadają ZNACZENIE (sens) naszemu życiu. Ich źródło zatem daje się wywieść od samych archetypów, które dzięki symbolom, znajdują pełniejszy wyraz”.

Zachowania człowieka wyznaczone przez archetypy mogą też ujawniać się w jego indywidualnej historii życia, jego zainteresowaniach, zaangażowaniach, pełnionych rolach, rodzajach relacji interpersonalnych, powtarzających się sytuacjach, w preferencjach różnych zjawisk, rzeczy i osób, w stosunku do sztuki, a także poprzez sny, wyobrażenia, fantazje i marzenia. Podobnie zachowania zbiorowości nacechowane archetypami mogą ujawniać się w historii tej zbiorowości na przestrzeni dziejów, w rolach jakie pełniła lub pełni na arenie międzynarodowej, rodzajach wytworzonych dóbr kulturowych, dziedzinach, w których dominuje lub które są zaniedbane, głównych symbolach zamieszczanych w różnych przekazach i przesłaniach dla następnych pokoleń, w stosunku do religii i wartości duchowych oraz w planach i wizjach rozwoju danej społeczności.

Cel i pytania badawcze

Z przedstawionych powyżej idei dotyczących jungowskiego procesu indywiduacji wynika, że symbole i treści archetypowe, przejawiające się w sposobie życia i zachowania, mogą układać się w pewien charakterystyczny dla danej osoby lub zbiorowości wzorzec wyznaczający tendencje i kierunki rozwoju, a zatem szanse i nadzieje na lepszą przyszłość, jak również mogą ukazywać obszary problemowe, nacechowane kompleksami, które niepokoją i utrudniają dokonywanie zmian rozwojowych.

Powyższe idee przyczyniły się do zaplanowania i przeprowadzenia badań dotyczących symbolicznego przejawiania się archetypów wśród próbki polskich kobiet i mężczyzn. Przy ich opracowywaniu korzystałam z prac C.G. Junga (1989, 1993 a, 1993 b, 1999,), J. Jacobi (1993), A. Samuelsa, B. Shorter, F. Plauta (1994),

V. Kast (1992), E.F. Edingera (1994), Z.W. Dudka (1995, 1997), M. Piroga (1999) i innych.

Celem badań było poznanie dominujących w populacji archetypów i określenie ich wpływu na zachowanie osób oraz wskazanie na prawdopodobne trendy rozwojowe, w związku z tym sformułowałam następujące pytania.

1. Jakie archetypy dominują w populacji badanych osób?
2. Czy występują różnice pod względem przejawianych archetypów wśród badanych z uwzględnieniem ich wieku i płci?
3. Jakie są główne tendencje rozwojowe badanych osób ujawniające się (w procesie indywiduacji) w kontekście przejawianych archetypów?

Opis metody badawczej i sposobu przeprowadzania badań

Badania przeprowadzono wśród 50 osób w wieku od 21 do 65 lat. Przyjęto podział na dwie grupy wiekowe, młodszą od 21 do 40 roku życia i starszą od 41 roku życia i powyżej, opierając się na opisanym przez Junga przebiegu procesu indywiduacji. W powyższej grupie było 29 kobiet, w tym 13 kobiet młodszych i 16 kobiet starszych, oraz 21 mężczyzn — 12 młodszych i 9 starszych.

Do badania przejawiania się archetypów użyto specjalnie skonstruowanej techniki obrazowej o charakterze projekcyjnym. Ponieważ nie można zbadać samych archetypów, gdyż są one pewną ideą, hipotetycznym konstruktem służącym wyjaśnianiu funkcjonowania nieświadomej warstwy psychiki, zaś można badać niektóre cechy archetypów docierające do świadomości poprzez materiał symboliczny i kryjące się za nim treści i znaczenia, dlatego też wykorzystano materiał ilustracyjny. Ilustracje (obrazy) pochodziły z różnych czasopism. Znajdowały się na nich rozmaite sceny i postaci odzwierciedlające symbolicznie cechy głównych archetypów: Cienia, Animy, Animusa, Wielkiej Matki, Starego Mędrca i Jaźni.¹ Oto ich krótkie opisy:

Archetyp Cienia występuje jako Cień indywidualny i Cień zbiorowy. Cień indywidualny wyraża się poprzez typowe kompleksy, zapomniane przeżycia i urazy oraz wyparte, nieuświadomione negatywne i pozytywne dążenia i potrzeby. Tego rodzaju Cień jest źródłem nerwic, agresywności i zachowań autodestrukcyjnych. Cień zbiorowy należy do głębokiej, archetypalnej warstwy psychiki i raczej nie bywa uświadamiany w normalnych warunkach. Przejawia się w ideach i wyobrażeniach, m.in. piekła, szatana, grzechu pierworodnego, śmierci, rozmaitych ciemnych mocy, potworów, demonów, katastrof, dzikości. Cień zbiorowy oprócz elementów negatywnych zawiera w sobie kontekst bieguna przeciwnego i w tym sensie staje się nauczycielem głębszej prawdy i mądrości, ukazuje bowiem względność rzeczy i zjawisk. Cień w życiu codziennym reprezentowany jest przez różne

¹ Przy opisie archetypów korzystano z literatury zamieszczonej na wcześniejszych stronach niniejszego artykułu.

postaci — należy do nich żebrak, bandyta, terrorysta, narkoman, prostytutka. Występują także postaci pozytywne opanowujące Cień, jak policjant, zakonnik, lekarz, ratownik itp.

Archetyp Animy jest symbolem pierwiastka żeńskiego, obrazem kobiety występującym, według Junga, w nieświadomości mężczyzny. Anima umożliwia mężczyźnie intuicyjne porozumienie z kobietą i wartościami żeńskimi. Jest jego symboliczną przewodniczką przez obszar treści nieświadomych i podstawowym czynnikiem przewycięzania męskiego Cienia. Archetyp Animy występuje zarówno w pozytywnych, jak i negatywnych aspektach. Anima pozytywna wyobrażana jest jako ideał piękna, kobieta kochanka, doskonała partnerka, opiekunka, kobieta rozumiejąca. Jej biegun przeciwny reprezentują kobiety uwodzicielki, kobiety wampy, kurtyzany, hetery. Anima pozytywna czyni z mężczyzny dojrzałego partnera kobiet, zaś Anima negatywna powoduje, że staje się od nich zależny, podlega ich manipulacjom albo przejmuje rolę prześladowcy.

Archetyp Animusa jest symbolem pierwiastka męskiego, obrazem mężczyzny występującym w nieświadomości kobiety. Animus umożliwia kobietom intuicyjne porozumienie z płcią męską. Jest ich przewodnikiem, prowadzi kobiety w stronę nieświadomości zbiorowej. W postaci pozytywnej Animus występuje jako zwycięzca, bohater, idol, idealny kochanek, w postaci negatywnej jako twardy typ, gangster, tyran. Pozytywny Animus czyni kobietę bardziej niezależną, samodzielną, twórczą, aktywną zawodowo i społecznie, Animus negatywny, skłania kobiety do przyjęcia postawy rywalizacyjnej, zbyt intelektualnej, krytycznej, dystansującej ją wobec macierzyństwa i cech opiekuńczych.

Archetyp Starego Mędrca jest symbolem ducha i mądrości kultury. Reprezentuje on duchowy pierwiastek męski. W przekazach religijnych, baśniach, mitach, a także w snach przedstawiany jest jako stary człowiek obdarzony szczególną mocą i mądrością. Postać ta spełnia rolę przewodnika, proroka, mędrca, jasnowidza. Może pojawiać się także jako szaman, czarodziej, król, bądź jako guru, mistrz duchowy czy terapeuta. Pozytywne aspekty Starego Mędrca to doświadczenie, rozważa, mądrość, tolerancja, szczodrość. Aspekty negatywne to krytykanctwo, zgryźliwość, nietolerancja, sknerstwo, bezwzględność.

Archetyp Wielkiej Matki stanowi odzwierciedlenie ogólnego obrazu wytworzonego ze zbiorowego doświadczenia kulturowego. Uosabia duchowy pierwiastek żeński. Jako obraz odkrywa on archetypową pełnię, ale też pozytywno-negatywną polaryzację. Biegun pozytywny wyraża takie cechy, jak matczyna troskliwość i współczucie, mądrość, instynkt opiekuńczy, wszystko to co jest łagodne, co pielęgnuje, co przyspiesza wzrost i płodność. Inaczej mówiąc, jest to obraz dobrej matki. Negatywny biegun, czyli zła matka, zawiera wszystko co tajemne, ukryte, ciemne, niszczące i przerażające, czego nie da się uniknąć. Odpowiednikiem Wielkiej Matki jest Natura, dobra i zła zarazem. Inne jej odzwierciedlenia to postać Bogini, kobiety świętej, królowej, kobiety dojrzałej, uwodzicielki, szamanki, znachorki bądź postać wiedźmy, czarownicy, diablidy. Współczesna cywilizacja poszukuje

kontakty z tym archetypem poprzez ruchy ekologiczne, naturalne sposoby leczenia, wegetarianizm, kult Wielkiej Bogini, podkreślanie znaczenia życia biologicznego.

Archetyp Jaźni uosabia doskonałość i pełnię. Jest symbolem jedności, obrazem całości człowieka w wymiarze psychicznym i duchowym. Jaźń symbolicznie jednoczy przeciwstawne części ludzkiej psychiki; świadomość i nieświadomość, elementy żeńskie i męskie, aspekt materialny i duchowy, funkcje racjonalne i irracjonalne, konkretne i abstrakcyjne. Obrazem Jaźni są mandale, motywy koła lub czworoboku, liczba cztery, a także wyobrażenia krainy szczęśliwości, raju, nieba. Poprzez Jaźń jednostka ma możliwość konfrontowania się z biegunowością dobra i zła, z tym co ludzkie i co boskie. Z jednej strony archetyp Jaźni można przyrównać do Boga, z drugiej do Demona — pozbawionej świadomości siły determinującej.

Powyższe opisy zostały wykorzystane przy doborze ilustracji do badań. W doborze tym uczestniczyło siedmiu sędziów kompetentnych. Byli nimi odpowiednio przygotowani studenci i pracownicy Instytutu Psychologii we Wrocławiu. Zadaniem ich było wybranie z ogólnej liczby 147 ilustracji tych, które w największym stopniu odzwierciedlały symbolikę i cechy danego archetypu. Rezultaty wyborów poddano analizom statystycznym (współczynnik zgodności sędziów kompetentnych W-Kendalla, analiza wariancji Friedmana, test chi-kwadrat, korelacje rang Spearmana)², które posłużyły do końcowego wyboru ilustracji. W wersji ostatecznej każdy archetyp reprezentowany był przez trzy najlepiej opisujące go ilustracje. W ten sposób otrzymano zestaw 18 ilustracji będących symbolicznymi odpowiednikami wymienionych powyżej archetypów.

Dysponując zestawem ilustracji przystąpiono do przeprowadzenia badań.

Osoby badane po wypełnieniu ankiety dotyczącej danych personalnych i rozmowie na temat historii ich życia (występującymi w niej punktami zwrotnymi, a także tworzonymi przez osobę planami i zamierzeniami na przyszłość) miały wybrać spośród 18 ilustracji te, które w największym stopniu przyciągały ich uwagę. Wybrane ilustracje były następnie przez badanych omawiane i analizowane. Chodziło między innymi o wyłonienie znaczących treści oraz specyficznych cech i skojarzeń przypisywanych poszczególnym ilustracjom i występującym na nich elementom. W następnej kolejności osoby badane miały z wybranych ilustracji ułożyć dowolną sekwencję zdarzeń i opowiedzieć do nich historyjkę, którą również analizowano. Na zakończenie pytano badanych, czy opowiedziana historyjka w jakiś sposób wiąże się z ich życiem, o to, jaki sens ma dla nich opowiedziana historia oraz jakie znaczenie mają dla nich i ich życia występujące w niej symbole.

Istotną okazała się rozmowa dotycząca uczestniczenia osób w badaniach. Pytano, co dał im udział w badaniach, czego dowiedziały się o sobie, co im się podobało, co sprawiało im trudność.

² J. Brzeziński (1996), *Metodologia badań psychologicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Uzyskany w badaniach materiał poddano analizie jakościowej i ilościowej. Ze względu jednak na jego obszerność, ograniczyłam się do zaprezentowania wyników będących odpowiedzią na postawione powyżej trzy pytania badawcze. Oprócz danych liczbowych spróbowałam dokonać również ich interpretacji symbolicznej.

Wyniki badań

W odpowiedzi na pierwsze pytanie badawcze — Jakie archetypy występują w populacji badanych osób? — uzyskano wyniki, których dane liczbowe prezentowane są w tabeli 1. Należy dodać, że wskaźnikiem przejawiania się określonego archetypu oraz wrażliwości na jego symbolikę jest częstość wybieranych przez badanych ilustracji reprezentujących dany archetyp.

Z tabeli 1 wynika, że najczęściej wybieranymi ilustracjami w całej badanej populacji ($N = 50$) są ilustracje zawierające symbolikę Wielkiej Matki. W przebadanej grupie liczba wyborów tych ilustracji stanowiła 25,3%. W następnej kolejności wybierane są ilustracje z symboliką Jaźni (16,8%), a także ilustracje z symboliką Cienia i Animy (po 16,1%). Rzadziej wybierano ilustracje z symboliką Starego Mędrca (13,8%) i z symboliką Animusa (11,9%). Średnia liczba wyborów ilustracji dla wszystkich analizowanych grup archetypów wynosiła 16,7%. Zatem za zdecydowanie dominujący wśród badanych archetyp uznać można archetyp Wielkiej Matki.

Analiza wyborów ilustracji w poszczególnych grupach z uwzględnieniem wieku i płci wykazała, że ilustracje z symboliką Wielkiej Matki dominują w grupie osób starszych (31,5%), a przede wszystkim w grupie starszych kobiet (31,9%). Również wysoki procent wyborów tych ilustracji wystąpił w grupie starszych mężczyzn (30,3%). Najrzadziej wybierano powyższe ilustracje wśród osób młodszych (19,1%), a zwłaszcza w grupie młodszych kobiet (17,1%).

Wybór ilustracji z archetypem Wielkiej Matki przez grupę osób starszych, a zwłaszcza przez starsze kobiety jest zgodny z koncepcją Junga. Jest to bowiem archetyp uaktywniający się w drugiej fazie procesu indywiduacji, bardziej znamieny dla kobiet niż mężczyzn. Odzwierciedla on duchowy rozwój kobiety, ale też ukazuje działanie ponadczasowego prawa życia i śmierci oraz występowania w Wielkiej Matce, która symbolizuje również Naturę, zarówno elementów materialnych, jak i niematerialnych, pozytywnych i negatywnych.

Wśród badanych osób najczęściej wybieranymi ilustracjami w tym archetypie była ilustracja przedstawiająca snopy zboża na polu w otoczeniu pagórków, lasów, łąk i wód na tle błękitnego nieba (typowy polski krajobraz) oraz ilustracja z karmiącą matką odzianą w długą szatę przypominającą Matkę Boską (symbol duchowej opiekunki Polski).

Powyższe ilustracje, tak symboliczne dla Polski i Polaków, ukazują cenne dla nich wartości; przywiązanie do ziemi, walkę o wolność i narodową tożsamość (czasy rozbiorów i wojen), znaczenie wartości religijnych, kult Maryjny. Od wieków symbole te towarzyszyły Polakom, od wieków też kobiety polskie dźwigały

Tabela 1. Rozkład wyborów ilustracji reprezentujących poszczególne archetypy wśród badanych osób

Archetyp	populacja (N = 50)		osoby młodsze (N = 25)		osoby starsze (N = 25)		kobiety (N = 29)		kobiety młodsze (N = 13)		kobiety starsze (N = 16)		mężczyźni (N = 21)		mężczyźni młodszy (N = 12)		mężczyźni starsi (N = 9)	
	L.w.	%	L.w.	%	L.w.	%	L.w.	%	L.w.	%	L.w.	%	L.w.	%	L.w.	%	L.w.	%
Cień	42	16,1	26	19,8	16	12,3	25	14,5	13	17,1	12	12,4	17	19,3	13	23,6	4	12,1
Anima	42	16,1	23	17,6	19	14,6	27	15,6	14	18,4	13	13,4	15	17,0	9	16,4	6	18,2
Animus	31	11,9	14	10,7	17	13,0	23	13,3	9	11,8	14	14,4	8	9,2	5	9,1	3	9,1
Stary Mędrzec	36	13,8	18	13,7	18	13,8	27	15,6	12	15,8	15	15,5	9	10,2	6	10,9	3	9,1
Wielka Matka	66	25,3	25	19,1	41	31,5	44	25,4	13	17,1	31	31,9	22	25,0	12	21,8	10	30,3
Jaźń	44	16,8	25	19,1	19	14,6	27	15,6	15	19,8	12	12,4	17	19,3	10	18,2	7	21,2
suma wyborów	261	100	131	100	130	100	173	100	76	100	97	100	88	100	55	100	33	100

N — liczba osób uczestniczących w badaniach

L.w. — liczba wybranych ilustracji

odpowiedzialność za siebie, swoje dzieci i swoich mężczyzn, których często brakowało. Matka Boska to symbol wielkiej, bezinteresownej miłości, ale też symbol cierpienia w ciszy, symbol męczeństwa i poświęcenia, to orędowniczka biednych i upokorzonych, zawsze obecna tam, gdzie zawodziły nadzieje, pośredniczka między niebem i ziemią. W większości, przynajmniej w przekazie mitycznym, takie są polskie kobiety. Obraz Kobiety Polki mocno zakorzenił się w psychice mężczyzn i kobiet, dlatego być może wybory ilustracji nawiązujące do archetypu Wielkiej Matki dominują nad pozostałymi.

W kontraście do dominującego archetypu Wielkiej Matki pozostaje archetyp Starego Mędrca, stanowiący odpowiednik duchowego, wewnętrznego rozwoju mężczyzny, będący też archetypem ducha i mądrości kultury.

W badanej populacji ilustracje symbolizujące archetyp Starego Mędrca są raczej rzadko wybierane, zazwyczaj poniżej średniej wyborów wynoszącej 16,7%. Najczęściej wybierają te ilustracje kobiety, szczególnie kobiety młodsze (15,8%), natomiast mężczyźni, zwłaszcza mężczyźni starsi, wybierają je najrzadziej (9,1%). Jest to dość nietypowy układ. Wynika z niego, że w badanej populacji, a zwłaszcza w grupie mężczyzn, nie za często dochodzi do konfrontacji z własną wewnętrzną siłą, mądrością i duchowością, jak również z korzystania z doświadczeń historycznych odnoszących się do całego narodu. Może być to efekt braku autorytetów i załamania się ważnych wartości, co w obliczu ostatnich przemian ustrojowych miałoby swoje uzasadnienie, lub też efekt wolniejszego wewnętrznego rozwoju, w którym „psychiczna męskość” nie stanowi odpowiedniej przeciwwagi dla „psychicznej żeńskości”, ujmując to bardziej konkretnie — mężczyźni przez kobiety mogą być postrzegani jako niezbyt mężczy. Być może sami mężczyźni czują się po trosze jak synowie własnych żon. Stąd może występować w grupie kobiet potrzeba uzupełnienia braku cech męskich u ich życiowych partnerów, poprzez poszukiwanie odpowiedników tych cech we własnej psychice i posiadanych wyobrażeniach na temat prawdziwego mężczyzny, jak również potrzeba podejmowania się ról męskich.

Ilustracją najczęściej wybraną w archetypie Starego Mędrca przez badanych, a zwłaszcza przez kobiety, jest ilustracja ukazująca papieża Jana Pawła II z dzieckiem na ręku. Papież jest dla Polaków wielką symboliczną postacią, która podobnie jak Matka Boska sprawuje duchową opiekę nad Polską. Papież skupia w sobie elementy ponadczasowości i duchowości. Jest osobowością maniczną, obdarzoną charyzmą i autorytetem. Symbolicznie wraz z Matką Boską mogą stanowić *coniunctio*, rodzaj zjednoczenia formy i materii, elementu męskiego i żeńskiego, zdolnego do odradzania i transformacji. Efektem tego połączenia jest dziecko, które wyraża sobą potencjał większej całości poprzez zintegrowanie ze sobą naturalnych własności obu płci. Tego typu symboliczny układ, w którym ilustracje z archetypem Wielkiej Matki występują obok ilustracji z archetypem Starego Mędrca oraz ilustracje z archetypem Animusa obok ilustracji z archetypem Animy pojawia się wyraźnie w grupie starszych kobiet. Układ ten może wskazywać na występowanie u kobiet symbolicznego *coniunctio*.

Drugimi co do częstości wybieranymi ilustracjami były ilustracje symbolizujące archetyp Jaźni. Najczęściej wybierali je mężczyźni, zwłaszcza mężczyźni starsi (21,2%), a najrzadziej kobiety starsze (12,4%).

W koncepcji Junga Jaźń stanowi centrum całości człowieka. W życiu Jaźń domaga się uznania, zintegrowania, zrealizowania i włączenia jej fragmentów w obszar świadomości. Dlatego nieustannie trwa ustalanie związków między Ego a Jaźnią. Związek ten wyraża się poprzez indywidualność egzystencji człowieka. Jednostka, konfrontując się z Jaźnią, ma możliwość doświadczania biegunowości dobra i zła, tego co ludzkie i boskie. Pogodzenie owych pozornych sprzeczności w ludzkim działaniu jest możliwe poprzez odkrywanie znaczenia i nadawanie sensu temu, co się wydarza.

W badanych grupach ilustracje z symboliką Jaźni (ze względu na procent wyborów) najczęściej znajdują się pomiędzy ilustracjami symbolizującymi Wielką Matkę i Starego Mędrca a ilustracjami symbolizującymi Cień i Animę. Wydaje się, że łączą one duchowe aspekty archetypów z archetypami położonymi bliżej Ego. Być może w ten sposób łatwiej następuje integrowanie treści przynależnych poszczególnym archetypom, nadawanie im znaczenia i włączanie tego co nieświadome do świadomości.

Częste występowanie ilustracji z symboliką Jaźni blisko ilustracji z symboliką Wielkiej Matki może również wskazywać na pewien proces rozwojowy. Jak pisał E. Neumann (1955), matka stanowi dla dziecka projekcję jego własnej Jaźni. Pierwsze świadome doświadczenia Jaźni pochodzą z postrzegania osoby matki i postrzegania integracji z nią. Obraz matki, jaki tworzy sobie dziecko, stanowi podstawę jego późniejszego stosunku do Jaźni i nieświadomości w ogóle. Być może podobna relacja zachodzi w przypadku badanych osób, zwłaszcza starszych mężczyzn. Kontakt z Jaźnią jest możliwy poprzez spotkanie z archetypem Wielkiej Matki — doświadczenie przez nią mocy, jedyności i potencjalności własnej osoby. Mężczyźni starsi, kontaktując się z archetypem Wielkiej Matki, doświadczają projekcji własnej Jaźni, ale też możliwe jest, że łatwiej im przychodzi oddzielenie się od obrazu Wielkiej Matki i skontaktowanie z archetypem Starego Mędrca, poprzez który mogą dookreślić siebie jako osoby bardziej dojrzałej, zintegrowanej i świadomej swej psychicznej męskości. W grupie kobiet starszych ilustracje z symboliką Jaźni zajmują pozycję ostatnią. Można przypuszczać, że proces rozwojowy tych kobiet zdominowany jest przez archetyp Wielkiej Matki, ale kończy się na Jaźni. Treści archetypu Jaźni w chwili obecnej mogą mieć dla nich mniejsze znaczenie niż treści archetypu Wielkiej Matki. W przypadku starszych mężczyzn proces rozwojowy również zdominowany jest przez archetyp Wielkiej Matki, zaś jego zakończenie może mieć miejsce w archetypie Starego Mędrca. W tym przypadku treści archetypu Starego Mędrca mogą okazać się mniej znaczące niż treści archetypu Wielkiej Matki i archetypu Jaźni.

W badanych grupach najczęściej wybierano ilustrację przedstawiającą cztery żywioły symbolizowane przez niebo, wodę, ziemię i słońce. Słońce rozświetlało

spoza chmur niebo, wodę i ziemię. Z wody wyłaniało się życie i jako raczkujące niemowlę wydostawało się na brzeg morza. Usytuowanie słońca na niebie i rozchodzące się spoza chmur promienie przypominały „oko opatrności”, za sprawą którego wszystko się dzieje. Ilustracja ta była podobna do ilustracji zamieszczonej w książce E.F. Edingera *Anatomy of the Psyche* (1994, s. 4), przedstawiającą makrokosmos i mikrokosmos we wzajemnym połączeniu.

Kolejnymi wybieranymi przez badanych ilustracjami były ilustracje nawiązujące do archetypu Cienia. Wybierały je głównie osoby młodsze i mężczyźni, a zwłaszcza młodszy mężczyźni (23,6%). W przypadku osób starszych, a szczególnie starszych mężczyzn (12,1%) ilustracje nawiązujące do archetypu Cienia były najrzadziej wybierane.

Najczęściej wybierano dwie ilustracje. Jedna przedstawiała popielniczkę pełną niedopałków papierosów, druga ukazywała wilka na łonie natury. Papierosy w wypowiedziach osób badanych symbolizowały własną słabość, nałóg, którego trudno się pozbyć, oraz jego destrukcyjne działanie zagrażające zdrowiu fizycznemu i psychicznemu. Wilk, jako dzikie zwierzę, symbolizował sferę instynktów, własną nieposkromioną, nie do końca poznaną naturę, w sytuacjach krytycznych gotową do zaatakowania.

Przejawianie się archetypu Cienia wśród osób młodszych w sposób bardziej intensywny niż wśród osób starszych jest zgodne z procesem rozwojowym opisanym przez Junga, bowiem konfrontacja z treściami archetypowymi rozpoczyna się od poznania różnych aspektów Cienia, najpierw indywidualnego, później zbiorowego. Ilustracje z symboliką Cienia, wybierane przez młodsze osoby, mogą również odzwierciedlać ich własny rzeczywisty sposób życia, a także słabszą i nie do końca akceptowaną część osobowości, niegotową jeszcze do głębszych refleksji i rozważań o życiu. Ilustracje te są również odzwierciedleniem ogólnospołecznych trendów i nacisków, z jednej strony apelujących do zarzucenia nałogu, np. palenia papierosów i zwiększenia kontroli nad nim, z drugiej zaś zachęcających do smakowania życia, pozwolenia sobie na spontaniczność, beztroskę i przyjemność. Naciski te pozostają ze sobą w sprzeczności, mogą one wywoływać u odbiorców zamieszanie w pojmowaniu dobra i zła oraz wewnętrzne konflikty, co niewątpliwie utrudnia właściwe podejmowanie decyzji i w pełni odpowiedzialne kierowanie własnym życiem. Wydaje się, że z problemami Cienia lepiej radzą sobie mężczyźni starsi, którzy zdążyli już poznać skutki własnych, nie zawsze przemyślanych działań z wcześniejszego etapu życia, nie mają też zbyt dużej potrzeby doświadczania rzeczy nowych, potrafią bowiem przewidzieć, na bazie nabytej wiedzy, bieg zdarzeń.

W koncepcji Junga, po spotkaniu z treściami archetypu Cienia i przepracowaniu ich następuje czas na kontakt z wewnętrznymi obrazami duszy — Animą i Animusem (co widoczne jest na przykładzie badanych osób). Anima stanowi odzwierciedlenie cech żeńskich w psychice mężczyzny, zaś Animus odzwierciedlenie cech męskich w psychice kobiety.

W przeprowadzonych badaniach ilustracje nawiązujące do archetypu Animusa, podobnie jak w przypadku archetypu Starego Mędrca, najczęściej zajmowały ostatnie pozycje, procent wyborów tych ilustracji był znacznie poniżej średniej wyborów dla badanej populacji, co mogło świadczyć o małej popularności cech kojarzonych z tymi archetypami.

Wśród badanych ilustracje nawiązujące do archetypu Animy najczęściej były wybierane przez kobiety młodsze (18,4%) i przez starszych mężczyzn (18,2%), a najrzadziej — przez kobiety starsze (13,4%). Ilustracje nawiązujące do Animusa najczęściej wybierały kobiety starsze (14,4%), najrzadziej natomiast mężczyźni młodszy (9,1%).

O ile może być zrozumiałym, zgodnie z koncepcją Junga, że cechy archetypu Animy są aktywne u mężczyzn starszych, gdyż jest to zapewne najlepszy okres na konfrontację z tymi treściami, o tyle trudniej jest wyjaśnić fakt częstego wyboru ilustracji symbolizujących archetyp Animy u kobiet młodszych. Prawdopodobnie kobiety młodsze identyfikują się nie tyle z archetypem Animy, ile z pewnymi właściwościami kobiet, jak piękno, uroda, zmysłowość, zdrowie, młodość, seksowność itd., bądź z obrazem kobiety przekazanym im przez otoczenie oraz przez mężczyzn. Młodsze kobiety prawdopodobnie nie posiadają jeszcze w pełni ukształtowanego poczucia własnej tożsamości oraz doświadczeń dojrzałych kobiet, nie mogą zatem dostatecznie bronić się przed naciskami i wymaganiami środowiska, które chociażby poprzez reklamę, narzuca im pewien wizerunek kobiecości. Adaptują zatem pochodzące z zewnątrz, w tym również od mężczyzn, treści odnoszące się do wyglądu, zachowania i psychiki kobiet, uważając je za własne. Odgrywają prawdopodobnie w ten sposób pewną rolę, w jakiej najchętniej widzi ich otoczenie, zwłaszcza jego męska część. Sytuacja taka raczej nie występuje w grupie kobiet starszych, bowiem wśród nich ilustracje z symboliką archetypu Animusa są wybierane nieco częściej niż ilustracje z symboliką Animy oraz najczęściej, w porównaniu do pozostałych grup badanych osób, co świadczyć może o pewnym znaczeniu przypisywanym cechom tego archetypu, a także o prawidłowym w sensie rozwojowym uzupełnianiu cech żeńskich przez cechy męskie.

Wybierano najczęściej dwie ilustracje nawiązujące do archetypu Animy. Jedna z nich przedstawiała „Dagę z łasiczką” Leonarda da Vinci — postać młodej kobiety na tej ilustracji odbierana była jako uosobienie spokoju, dumy i równowagi. Druga ilustracja przedstawiała również młodą piękną kobietę, ale bardziej współczesną, pełną powabu i seksu. W tych dwóch ilustracjach występują przeciwstawne cechy, jednakże wzajemnie się uzupełniające, będące dwoma obliczami Animy. Osoby młodsze częściej wybierały ilustracje drugą, osoby starsze — pierwszą.

Wśród ilustracji z symboliką Animusa najczęściej wybierano wizerunek walczących zapaśników oraz postać młodego, seksownego mężczyzny w ciemnych okularach w ubraniu z czarnej skóry — typ macho. Podkreślano takie cechy, jak waleczność, agresywność, buntowniczość, seksowność, sprawność fizyczna.

Wymienione cechy ukazują tylko jedną stronę Animusa, tę bardziej dziką i agresywną. Niezauważana bądź niedoceniana jest strona pozytywna wiążąca się z tym archetypem, jak na przykład potencjał twórczy i intelektualny, niezależność, aktywność, samodzielność.

Podsumowując, można stwierdzić, że najbardziej dominującym archetypem w badanej populacji jest archetyp Wielkiej Matki, szczególnie uwidacznia się on w grupie starszych kobiet i mężczyzn, którzy przekroczyli 41 rok życia.

Udzielając odpowiedzi na drugie z pytań, można stwierdzić, że w całej badanej populacji rozkłady wyborów ilustracji symbolizujących poszczególne archetypy wykazują istotne zróżnicowanie potwierdzone statystycznie. Zastosowany test zgodności chi-kwadrat wynosi 15,33 i wartość ta jest większa od chi-kwadrat krytycznego 15,1 przy poziomie istotności 0,01 i 5 stopniach swobody. Oznacza to, że badane osoby najczęściej wybierają ilustracje symbolizujące archetyp Wielkiej Matki, średnio często ilustracje symbolizujące archetyp Jaźni, Cienia i Animy, a najrzadziej ilustracje z symboliką archetypu Starego Mędrca i Animusa.

Również istotne zróżnicowanie wyborów ilustracji wystąpiło w grupie osób starszych. Zastosowany test chi-kwadrat wyniósł 21,03, wartość ta jest większa od chi-kwadrat krytycznego = 16,7 przy poziomie istotności 0,005 i 5 stopniach swobody. W grupie tej najczęściej wybieranymi ilustracjami, powyżej średniej wyborów, są ilustracje nawiązujące do archetypu Wielkiej Matki, poniżej średniej wyborów znajdują się ilustracje nawiązujące do archetypów Jaźni, Animy, Starego Mędrca, Animusa i Cienia. Ilustracje z symboliką archetypu Cienia są najrzadziej wybierane wśród osób starszych.

Istotny okazał się także rozkład wyborów ilustracji w grupie kobiet starszych. Otrzymana wartość testu chi-kwadrat = 16,72 jest większa od wartości krytycznej chi-kwadrat = 15,1 przy poziomie istotności 0,01 i 5 stopniach swobody. Kobiety starsze najczęściej wybierają ilustracje symbolizujące archetyp Wielkiej Matki, poniżej średniej wyborów znajdują się ilustracje symbolizujące archetyp Starego Mędrca, Animusa, Animy, Cienia i Jaźni, przy czym ilustracje nawiązujące do archetypu Jaźni wybierane są najrzadziej.

W pozostałych grupach rozkład wyborów nie wykazał istotnego statystycznie zróżnicowania, co wskazuje, że ilustracje z symboliką poszczególnych archetypów wybierane były przez osoby w tych grupach z podobną częstotliwością.

Dokonano też sprawdzenia występowania różnic między badanymi grupami w zakresie wybieranych ilustracji, z uwzględnieniem wieku i płci badanych (brano pod uwagę wskaźniki procentowe). Okazało się, że nie ma różnic statystycznie istotnych, zaobserwowano jedynie tendencję do występowania takich różnic między grupą kobiet młodszych i grupą kobiet starszych. Uzyskany wynik w teście medianowym dla dwóch próbek niezależnych chi-kwadrat = 3,00 zbliżony jest do wartości kryterialnej = 3,84 przy poziomie istotności równym 0,05 i 1 stopniu swobody. Wynik ten może wskazywać na pewną prawidłowość pojawiającą się wraz z wiekiem badanych kobiet, a mianowicie, że w grupie kobiet młodszych,

w porównaniu do grupy kobiet starszych częściej występować będzie archetyp Jaźni (19,8%), Animy (18,4%) i Cienia (17,1%), zaś w grupie kobiet starszych w porównaniu do grupy kobiet młodszych — archetyp Wielkiej Matki (31,9%) i Animusa (14,4%). Archetyp Starego Mędrca w obu grupach osiąga podobne natężenie (u kobiet młodszych 15,8%, u kobiet starszych 15,5%). Można sądzić, że psychiczny rozwój młodych kobiet, rozumiany jako proces indywiduacji, rozpoczyna się od Jaźni, która jest w tym przypadku najprawdopodobniej jeszcze Jaźnią pierwotną wywodzącą się z okresu dziecięcego. Rozwój ten przechodzi przez fazę konfrontacji z obrazem kobiecości (Animy) projektowanym przez otoczenie oraz fazę konfrontacji z Cieniem, by następnie poprzez nabywanie przez kobiety doświadczeń i wewnętrzne dojrzewanie mogły one odkryć w sobie niektóre cechy Wielkiej Matki, Starego Mędrca i Animusa. Kolejne lata doświadczeń i spełniania się w różnych rolach rodzinnych i społecznych, a także wejście w drugą fazę procesu indywiduacji, owocują silnym uaktywnieniem się archetypu Wielkiej Matki, który zaczyna dominować w psychice kobiet. Również aktywniejszy, niż u kobiet młodszych, staje się archetyp Animusa. Cechy te, oprócz swych zalet, mogą wyzwalać u kobiet starszych pewne negatywne zjawiska, jak poczucie władczości, nieomyślności i tendencje onnipotentne, manifestowane zwłaszcza wobec kobiet młodszych (córek, synowych, pracowników).

Na bazie powyższych wyników zarysowują się pewne tendencje w przebiegu procesu indywiduacji u badanych osób (pytanie trzecie).

— Traktując badane osoby jako próbkę polskiego społeczeństwa, można zauważyć, że rozwój osobowości tej populacji przebiega i prawdopodobnie będzie przebiegał pod znaczącym wpływem archetypu Wielkiej Matki i treści, które się z nim wiążą (są to problemy odnoszące się do życia i śmierci, jak eutanazja, aborcja, rodzicielstwo, problemy dotyczące ochrony natury, problemy związane z wychowaniem i nauczaniem, pielęgnowaniem i karmieniem, różne problemy związane z uzależnieniami, a także problemy dotyczące dominacji, podporządkowania i sprawowania władzy. Kolejne to problemy dotyczące sfery wartości duchowych wiążących się z aspektem żeńskim, jak medycyna niekonwencjonalna, parapsychologia, a także stosunek do religii i niektórych postaci religijnych, np. Matki Boskiej. Poprzez archetyp Wielkiej Matki rozwiązywane mogą być problemy wynikające z aktywności innych archetypów, a mianowicie z archetypu Jaźni, Cienia i Animy (relacja do Boga i wartości transcendentnych, do dobra i zła, wymiaru sprawiedliwości i świata przestępczego, relacja do kobiet, seksualności, piękna i brzydoty). Dominacja archetypu Wielkiej Matki w życiu badanych osób sytuuje na przeciwnym biegunie aktywność archetypu Starego Mędrca i Animusa, która wyrażać się może w takich sferach, jak nauka i szkolnictwo wyższe, polityka, ekonomia, prawo, służby mundurowe, również poprzez stosunek do autorytetów, dóbr kultury, wartości i ideałów, stosunek do nowości i postępu, do sportu, zdrowia i rekreacji, a także poprzez umiejętności organizacji i zarządzania, tendencje rywalizacyjne lub kooperacyjne. Słabsze

- ujawnianie się tych archetypów może wskazywać na ich mniejszą moc oddziaływania na psychikę badanych i mniejsze znaczenie przypisywane poszczególnym treściom archetypów, jak również może być wskaźnikiem usytuowania niektórych ich treści, zwłaszcza o charakterze duchowym, jak rozwagi, mądrości, miłości, tolerancji, rozumienia, w głębszych warstwach nieświadomości. Wydaje się również, że treści reprezentowane przez Animusa są najmniej akceptowane przez badanych, stąd być może w życiu codziennym jest tak dużo buntu, agresji, destrukcji, ryzykanctwa wyrażanego przez młodsze pokolenie. Prawdopodobnie jest to także bunt przeciwko nadmiernej kontroli płynącej z archetypu Wielkiej Matki oraz brakowi mocy i mądrości wiążącej się z archetypem Starego Mędrca.
- Pod szczególnym działaniem archetypu Wielkiej Matki są osoby starsze, zwłaszcza kobiety starsze (po 41. r. ż.), które po spełnieniu swoich obowiązków rodzinnych i uzyskaniu pewnej stabilizacji zawodowej są psychicznie gotowe do działania na szerszym forum społecznym, a nawet politycznym. Są zatem gotowe do ingerowania w te sfery życia, które były zastrzeżone dla mężczyzn, a w których mężczyźni z racji wieku i wypalenia zawodowego przestają być efektywni.
 - Również charakterystyczną tendencją rozwojową wydaje się dynamiczna relacja, jaka zachodzi między kobietami młodszymi i starszymi, ujawniana poprzez rozkład ilustracji z symboliką archetypową — rozkłady te są odmienne. Na ich podstawie można domniemać, że kobiety młodsze, zanim osiągną 40. r. ż., preferują inne wartości i zainteresowania niż ich matki, ale w większości nie mogą uniknąć typowych ról związanych z płcią (rodzenie, karmienie, pielęgnowanie, wychowanie), stąd też niejako z konieczności powielają znane im wzorce zachowań i w bardziej dorosłym życiu stają się podobnymi do swych matek zdominowanych przez archetyp Wielkiej Matki. Można powiedzieć, że w ten sposób w życiu codziennym zachowana zostaje archetypalna dominacja aspektów żeńskich nad męskimi.
 - Biorąc pod uwagę wiek i płeć badanych dla przebiegu procesu indywiduacji, okazuje się, że znacząca rola przypada osobom powyżej 40. r. ż., zaś płcią dominującą w tym procesie są kobiety. To przede wszystkim od ich aktywności, mądrości i dojrzałości zależy i prawdopodobnie będzie rozwój przyszłych pokoleń. Być może warto poczynić wysiłki, by nie był to rozwój jednostronny, by znalazło się w nim miejsce dla mężczyzn na ich mądrość, moc i uczuciowość płynącą z archetypów odpowiedzialnych za rozwój tych cech.

Podsumowanie

Przedstawiony powyżej materiał badawczy należy traktować za ledwie wstęp do dalszych, pogłębionych analiz psychologicznych i dalszych empirycznych weryfikacji. Ujawniona w badaniach dominacja archetypu Wielkiej Matki (która również

może być rozpatrywana jako kompleks Wielkiej Matki), znamienna dla osób stanowiących próbkę polskiego społeczeństwa, wydaje się również wspólna dla innych społeczeństw, w których dokonują się przemiany i w których kobiety zaczynają piastować odpowiedzialne funkcje społeczne i państwowe. Być może jest to znamię naszych czasów, w których odradza się matriarchat, być może jest to zapowiedź wyłaniania się nowego rodzaju człowieka, człowieka androgynicznego, będącego psychiczną kompozycją zrównoważonych cech męskich i żeńskich. W świetle prezentowanych wyników badań kobiety uzupełniałyby swą psychiczność o cechy męskie (intelekt, twórczość, ryzyko, hardość, dominacja), a mężczyźni o cechy żeńskie (intuicja, uczuciowość, opiekuńczość, wrażliwość, cierpliwość).

Bibliografia

- Brzeziński, J. (1996), *Metodologia badań psychologicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dudek, Z.W. (1997), *Jungowska psychologia marzeń sennych*. Warszawa: Wydawnictwo Psychologii i Kultury „Eneteia”.
- Dudek, Z.W. (1995), *Psychologia integralna Junga*. Warszawa: Wydawnictwo Psychologii i Kultury „Eneteia”.
- Edinger, E.F. (1994), *Anatomy of the Psyche. Alchemical Symbolism Psychotherapy*. Open Court, Chicago and La Salle, Illinois.
- Fromm, E. (1996), *Niech się stanie człowiek*. Warszawa – Wrocław: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jacobi, J. (1993), *Psychologia C.G. Junga*. Warszawa: Wydawnictwo Wodnika.
- Jung, C.G. (1989), *Podróż na Wschód*. Tłum. W. Chełmiński, J. Prokopiuk, E. i W. Sobaszkowie, Kraków: Wydawnictwo Pustki Obłok.
- Jung, C.G. (1934/1935), Über die Archetypen des kollektiven Unbewußten. [w:] *Eranos – Jahrbuch*. Zürich (G.W., 18/2).
- Jung, C.G. (1936/1942), Psychologische Determinanten des menschlichen Verhaltens. [w:] *Gesammelte Werke*, 8.
- Jung, C.G. (1986), *Four Archetypes: Mother, Rebirth, Spirit, Trickster*. London and New York: Ark Paperbacks.
- Jung, C.G. (1993a), *Archetypy i symbole. Pisma wybrane*. Warszawa: Czytelnik.
- Jung, C.G. (1993b), *Wspomnienia, sny, myśli*. Tłum. R. Reszke, L. Kolankiewicz, Warszawa: Wydawnictwo Wrota.
- Jung, C.G. (1997), *Typy psychologiczne*. Warszawa: Wrota.
- Jung, C.G. (1998), *Symbole przemiany*. Warszawa: Wrota.
- Jung, C.G. (1999), *Psychologia à alchemia*. Warszawa: Wrota.
- Kast, V. (1992), *The Dynamics of Symbols. Fundamentals of Jungian Psychotherapy*. Translated by S.A. Schwarz, New York: Fromm International Publishing Corporation.

- Neumann, E. (1955), *The Great Mother: An Analysis of the Archetype*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Piróg, M. (1999), *Psyche i Symbol*. Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos”.
- Samuels, A., Shorter, B., Plaut, F. (1994), *Krytyczny słownik analizy jungowskiej*. Tłum. W. Bobecki, L. Zielińska, Wrocław: Oficyna Wydawnicza „Unus”.

BG WSP



260447

