

## ПРОБЛЕМА ЦІЛІСНОСТІ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ В ДИСКУРСИВНИХ ПРАКТИКАХ МАС-МЕДІА

У статті розглянуто аспекти децентрації суб'єкта в дискурсивних практиках мас-медіа. Описано зміни в ментальності автора повідомлення маніпуляційного дискурсу. Окреслено зміни в індивідуальній свідомості реципієнта під впливом персуазивного дискурсу. На ґрунті концепцій психоаналізу Ж. Лакана та нарративної ідентичності П. Рікера розглянуто можливі напрями розвитку мас-медійних повідомлень.

*Ключові слова: індивід, децентрація суб'єкта, ідентичність, дискурсивні практики мас-медіа.*

**Семенец Е. А. Проблема целостности индивидуального сознания в дискурсивных практиках масс-медиа.**

В статье рассмотрены аспекты децентрации субъекта в дискурсивных практиках масс-медиа. Описаны изменения в ментальности автора сообщения манипулятивного дискурса. Определены изменения в индивидуальном сознании реципиента под воздействием персуазивного дискурса. На основе концепций психоанализа Ж. Лакана и нарративной идентичности П. Рикера рассмотрены возможные направления развития масс-медийных сообщений.

*Ключевые слова: индивид, децентрация субъекта, идентичность, дискурсивные практики масс-медиа.*

**Semenets O. O. Problem of Individual Consciousness Integrity in Discursive Practices of Media.** Aspects of a subject's decentration in discursive practices of media are discussed in the article. Changes in an author's mentality in manipulative discourse are described as well as changes in a recipient's individual consciousness under the influence of persuasive discourse are outlined. Possible directions of development of mass media messages are considered on the basis of the concepts of J. Lacan's psychoanalysis and P. Ricoeur's narrative identity.

*Keywords: individual, subject's decentration, identity, discursive practices of media.*

Проблема “децентрації” суб'єкта – одна з ключових у парадигмах постструктуралізму та постмодернізму. Мішель Фуко у своїй “Археології знання” аналізує роз'єднаність людської природи, різноплановість її з погляду психоаналізу, лінгвістики, антропології, а саме “децентрованість” суб'єкта в аспектах сексуальності та сфери підсвідомого, мовних схем та процедур мислення, міфів та способів поведінки. Так само децентрований суб'єкт і відносно глибинних механізмів дискурсотворення, оскільки принципово не спроможний критично їх усвідомлювати, не здатний свідомо сприймати “оперативні правила епістемі”. Існує повна залежність людини від мови: не лише тяжіння панівної ідеології дискурсу над людиною (М. Фуко) – навіть сфера несвідомого виявляється структурованою за законами мови (як свідчить психоаналіз Ж. Лакана). Децентрований суб'єкт, розчинений у формах мовного порядку.

У сучасному соціумі людина залежна передусім від дискурсу масової комунікації, попри відсутність бажання, згоди чи навіть усвідомлення цього факту. ЗМК впливають на людину, її світогляд і відчуття, на підсвідомість, на самоідентифікацію людини та оцінку світу й подій у ньому. Це особливо актуальне для царини електронних медіа, що “підтримуючи в людині ілюзію інтерсуб'єктності, унікальних особистісних відношень з джерелом інформації, при цьому все більше втягують її в процес масотворення. Людина стає елементом натовпу, як кажуть, не виходячи з дому. Самотність у натовпі – центральна проблема екзистенційно-гуманістичної філософії ХХ століття – набуває свого нового звучання: відчуття натовпу в самотності. Найтривожніше при цьому те, що відчуття втрати внутрішньої цілісності і самоідентичності перестає сприйматися людьми як щось ненормальне, неприродне” [Аналітика 2003, с. 171].

Численні інтерпретації дійсності в повідомленнях ЗМІ, незрідка суперечливі, неузгоджені, некогерентні, породжують відповідно множину “реальностей” можливих світів, які в ментальності реципієнта розгортаються, взаємодіють, перетинаються, вступають у діалог, нерідко конфліктний. Розбіжні тлумачення тієї самої події, пропоновані різними медіа, зумовлюють множинність образів світу у свідомості людини й нову фрагментованість цієї свідомості. Пліуралізм картин світу, з одного боку, та множинність реалізації однієї особистості в постмодерному світі, організованому за принципом ризомі, з другого, закономірно слугують імпульсами для розвитку пліуралістичності мислення.

**Мета** дослідження полягає у визначенні змін, що відбуваються в індивідуальній

свідомості під впливом сучасних мас-медійних дискурсивних практик. Досягнення мети передбачає реалізацію таких **завдань**: описати зміни в ментальності автора повідомлення під впливом продукованого ним самим маніпуляційного дискурсу; окреслити зміни в індивідуальній свідомості реципієнта під впливом персуазивного дискурсу; на ґрунті концепцій психоаналізу Ж. Лакана та наративної ідентичності П. Рікера розглянути можливі напрями розвитку мас-медійних повідомлень. **Об'єктом** дослідження виступають дискурсивні практики сучасних мас-медіа; **предметом** – аспекти децентрації суб'єкта (автора та реципієнта повідомлення) в цих дискурсивних практиках.

Доба постмодерністського релятивізму плекає тип “дискурсивної” людини, з характерною кліповою свідомістю та мозаїчним типом мислення. Однак не варто обмежувати цей тип лише рамками аудиторії мас-медіа. Такі зміни відбуваються передусім у свідомості самого журналіста. Особливо це стосується типосиндрому “зомбі”, виокремленого російськими медіапсихологами з числа типів пострадянського журналізму.

Є. І. Пронін та О. Є. Проніна, розробляючи поняття “типосиндром провідного публіциста”, виокремлюють сім журналістських типажів, які послідовно змінювали один одного в Росії з 1985 року, причому кожен з них свого часу був узагальненим вираженням структури комунікації та ролі журналістики в суспільстві. Згідно з таким підходом, типаж – це “не стільки вияв індивідуальних особистісних рис, скільки специфічна позиція і функція комунікатора відносно аудиторії та влади. Це усталена технологія роботи, що формує типосиндром, комплементарний заданій рольовій моделі, який виявляється в специфічних симптомах – особливостях поведінки та стилі творчості” [Пронин, Проніна 2012, с. 158-159]. Кожен типосиндром може бути описаний за певними параметрами, які характеризують мотив, декларовану мету, опорний прийом комунікатора.

З-поміж усіх типів пострадянського журналізму в Росії один з найбільш показових – типосиндром “зомбі” (образне визначення для кожного типосиндрому аудиторія поетапно добирала на спеціальних сеансах фокус-груп). У 1999 році опитувані дійшли висновку, що “під час методичного зомбування аудиторії у самих провідних публіцистів з'являються ознаки незворотної зомбованості” [Пронин 2002]. Отож, результати психотехнічного моніторингу засвідчують актуальність понять інформаційної прозорості та психологічної безпеки не лише для аудиторії, але й передусім для самих журналістів.

Дані моніторингу підтверджують зростання розбіжностей між “об'єктивною” та дискурсивними картинами світу, показують, “як послідовна трансформація типосиндромів від “рицаря гласності” до “ловця снів” з-посеред інших змін супроводжується поступовою дисоціацією декларованих та реальних цілей, цінностей, смислів, що гранично призводить до повної “емансипації” повідомлення від реальності й тотальної фальсифікації картини світу аж до самофальсифікації комунікатора” [Пронин, Проніна 2012, с. 159]. Журналіст, який формує фахові повідомлення відповідно до моделей світу, продиктованих темниками, виступає при цьому в ролі професійного маніпулятора, щоразу змінюючи свої погляди на світ, підлаштовуючи їх під задану модель дійсності.

У зв'язку з проблемою самоусвідомлення та ідентичності індивіда у сфері мас-медіа важливо згадати етимологію: латинською *individuum* означає “неподільний”. Цицерон увів це поняття як латинський аналог давньогрецького *атом* (тобто те, що не підлягає подальшому поділу). “Саме цілісність людської особистості, її індивідуальність як унікальна, неповторна своєрідність лише їй властивих розумових, поведінкових, біологічних та моральних характеристик з їхніми сталими психофізіологічними особливостями й була тією відрефлексованою багатьма поколіннями західних учених догмою для створення міфологеми автономної особистості, в якій убачалася запорука демократичного підґрунтя західної цивілізації” [Ильин 2001, Дивид – индивид].

Філософія та психоаналіз ХХ ст. проблематизують і кардинально переосмислюють ознаку цілісності й неподільності людської особистості – починаючи від виокремленого З. Фройдом протиборства *id, ego, super-ego* та виділених Ж. Лаканом психічних інстанцій *реального, уявного, символічного*. Жак Лакан, розробляючи концепцію децентрованого суб'єкта, констатує факт зникнення “індивіда” як цілісної, неподільної єдності та прихід йому на зміну “дивіда” –

фрагментованої, розірваної й розгубленої людини Новітнього часу [Лакан 1997].

У процесі індивідуального психічного розвитку важливим етапом, за Ж. Лаканом, є “стадія дзеркала” – рання стадія самоідентифікації дитини у віці від 6 до 18 місяців, коли вона починає впізнавати себе в дзеркалі, вибудовувати й інтегрувати власний образ у психічній сфері *уявного*. На відміну від сфери *реального* – первинного ототожнення з тілом матері та початкової невідмежованості від навколишнього світу – інстанція *уявного* дає поштовх логіці ілюзії: дозволяє сформувати такий образ “Я”, який влаштовує індивіда й захищає його від можливих інтерпретацій в очах “інших”. Цей початковий цілісний, проте ілюзорний образ власного “Я” підлягає подальшим впливам і змінам у безперервному діалозі з буттям, з образами інших людей, адже справжньою потребою людини, згідно з Лаканом, є потреба одержати визнання з боку інших, бути необхідним для інших.

Принципову залежність індивіда від його оточення Жак Лакан узагальнює в понятті *Іншого*, носія сфери *символічного* як сукупності соціальних уявлень і норм. *Символічне* – сфера надособистісних, всезагальних соціокультурних смислів. На перетині різних символічних форм (норм, правил, заборон тощо), за Лаканом, і постає суб’єкт. Отже, ця система означування існує до індивіда й наперед визначає його культурну ідентичність. *Символічне* – сфера несвідомого, яке структуроване за мовними законами (у ньому можна виділити сферу означників та означуваних, мову та мовлення, парадигми та синтагми, метафоричні та метонімічні зв’язки тощо). Природна мова й мовлення, за висновком філософа, виступають тими соціокультурними чинниками, які є первинними щодо людської суб’єктності та по суті формують суб’єкта. Тому суб’єкт постає в ролі атрибута культури, її функції. Саме через суб’єкта здатна “говорити” культура, може виражати себе несвідоме. Взаємодія між сферами *символічного* та *уявного* виявляється як діалог між суб’єктом як носієм культурних норм та образом “Я” як носієм “бажання”. *Символічне* прагне цілком підпорядкувати собі індивіда – натомість “Я” прагне, використовуючи топоси культури, створити за їх допомогою власний нарцисичний образ.

Концепція Ж. Лакана, безперечно, передбачає можливість подальшого розвитку й поглиблення з урахуванням реалій електронної доби. Так, можна припустити, що після початкової стадії самоідентифікації людини – “стадії дзеркала” – далі в процесі індивідуальної психічної еволюції слідує не менш необхідні етапи з ключовими для сучасного соціуму артефактами: “стадія телевізора”, “стадія комп’ютера”. Дедалі частіше людина прагне “зібрати” власну ідентичність і навіть сформувати образ співрозмовника через множину образів віртуальних. Порівняймо відображення цього відчуття в сучасній поп-культурі – у культовій пісні “Cells” групи “The Servant”:

*We eat chinese off our knees*

*And look for each other in the TV screen.*

І далі в цій пісні: “*I watch them watch me I watch them too*”.

Релятивізована ідентичність постмодерної людини – результат дії численних психологічних ефектів електронних медіа. Зокрема, відомого “ефекту Тамагочі” – емоційної залежності від певного віртуального об’єкта (робота, мобільного телефону, комп’ютерної гри тощо). Телевізор і комп’ютер при цьому стають близькими й рідними, “членами сім’ї”, потребують особливої уваги, піклування й ніжної турботи. Або ж проектування власного “Я” у віртуальну дійсність та формування за допомогою цієї проекції ідеального й ілюзорного, омріяного, глянцевого образу “Я” в психічній сфері *уявного*. Релевантним є й сам переважний вибір каналів телебачення, ТВ-програм, сайтів, соціальних мереж і форматів спілкування в них як спосіб самовираження особистості. Симультанність образів світу в людській свідомості, множинність її психологічних облич і парадоксальність поєднання властивостей – уся ця складна поліфонія підлягає у своїй організації дії принципу колажу, що проникає у сферу ментальності суб’єкта.

Подаючи портрети людей певних соціальних груп, ЗМІ формують картину світу, картину соціального життя, підтримують стереотипи та схеми сприйняття, тим самим продукують і відтворюють соціальні й культурні ідентичності. Отже, соціальна ідентичність аудиторії перебуває в прямій залежності від дискурсивних практик медіа-сфери. Зокрема, однією з

функцій сучасних ЗМІ є постійне відтворення бажання купувати, споживати товари й послуги. “У самому понятті аудиторії (споживачі, які діють на ринку) імпліцитна потреба безперервно примушувати людей думати про себе як про споживачів”, – наголошує А. М. Сосновська. Дослідники ЗМІ зазначають, що це один з найважливіших ефектів мас-медіа – допомагати будувати суспільство споживачів, “заохочуючи людей знаходити (або позиціонувати) свою ідентичність у дозвіллі, смаках і виборі розваг та стилях споживання радше, ніж у рамках інших соціальних ролей, таких як робота або церква” [Сосновская 2005, с. 47]. Те, що людина купує, одягає, як проводить дозвілля, де відпочиває, – ця ідеологія споживчої ідентичності дедалі більшою мірою характеризує сучасну людину. Ідентифікація за брендами формує нову стратифікацію в суспільстві споживання, у підґрунті якої – маркетингові стратегії й технології. “ЗМІ посилюють владу ринку над ідентичністю, навіть тільки тому, що вони самі продукують ідентичності, які “розташовують” людей на ринку як споживачів” [Там же].

Коректно інтерпретувати контекстуальну зумовленість людської ідентичності дає можливість концепція наративної ідентичності Поля Рікера. Наративна ідентичність – це філософський конструкт, що передбачає темпоральну побудову ідентичності як емплотмента, сюжетоскладання. Оповідь, вибудовування наративної історії при цьому постає як спосіб розуміння людиною свого існування в часі, збирання воедино своєї самості й надання сенсу життєвому шляху. Така наративна сконструйованість суб’єкта уможливлена завдяки інтегративній, об’єднавчій праці людської свідомості. Свідомість людини спрямована на подолання розривів у самототожності й формування цілісного уявлення про власну сутність – у безперервному процесі вибудовування своєї самості, у невпинному русі від втрати ідентичності до нового її набуття.

Такий підхід певною мірою корелює з “історіями”, які, згідно з Жаком Лаканом, розвиваються й змінюються в процесі розповідання і тим самим перевизначають структуру суб’єктності, яка, наполягає філософ, існує лише у світі символічного порядку, створеного природною людською мовою. Це узгоджується також із безперервними намаганнями внутрішньо напруженого суб’єкта відновити свою цілісність за допомогою символічної функції уяви, як про це пише Юлія Кристева, наголошуючи на “профілактичній необхідності” “царства символічного” як обов’язкової умови існування людини.

**Висновки** проведеного лінгвофілософського аналізу полягають у тому, що дискурсивне мислення й полонить людину, і дає можливість аналізувати, порівнювати, шукати істину в самому діалозі дискурсивних практик. У людській свідомості закладені й захисні механізми проти впливу персуазивного мас-медійного дискурсу. Це, насамперед, природне чуття мови, завдяки якому можливий прорив індивідуальної свідомості за межі дискурсивних практик, а крім того – рефлексивні механізми мислення, які організують багатогранний комунікативний досвід індивіда, забезпечують збереження цілісності особистості в безперервному конструюванні та відновленні власної наративної ідентичності. Організація багатогранного дискурсивного досвіду людини в полемічно напруженому соціальному просторі постмодерну, об’єднання численних “Я”-позицій, власних оцінок різнопланового дискурсивного досвіду в єдине ціле – це шлях безперервного пізнання людиною світу і самоствердження в цьому світі. **Перспективи подальшого дослідження** сфокусовані на визначення показників дотримання професійних стандартів журналістики в конкретних повідомленнях ЗМК та сформованості медіакультури реципієнтів, що є необхідною умовою динамічного й поступального розвитку самих медіа.

#### *Література*

*Аналітика*, експертиза, прогнозування : Монографія / С. А. Макаренко, М. М. Рижков, М. А. Ожеван та ін. – К. : Наша культура і наука, 2003. – 614 с. *Ильин И. П.* Постмодернизм : Словарь терминов / И. П. Ильин. – М. : ИНИОН РАН – INTRADA, 2001. – 384 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.term.ru/dictionary/179>. *Лакан Ж.* Инстанция буквы в бессознательном, или судьба разума после Фрейда / Ж. Лакан. – М. : Логос, 1997. – 184 с. *Пронин Е. И.* Психологические проблемы современной журналистики / Е. И. Пронин // Проблемы медиапсихологии / Сост. Е. Е. Пронина. – Москва : РИП-холдинг, 2002. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text7/38.htm>. *Пронин Е. И.* Ментальные ценности аудитории и “типосиндром ведущего публициста” / Е. И. Пронин, Е. Е. Пронина // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации : Сб. матер. Междунар. науч.-практ. конф. – М. : Фак-т журн. МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012. – С. 158-159. *Сосновская А. М.* Журналист: личность и профессионал (психология идентичности) / А. М. Сосновская. – СПб. : Роза мира, 2005. – 206 с. *Фуко М.* Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет : Пер. с франц. / М. Фуко. – М. : Касталь, 1996. – 448 с.