

## Текст і його несприйняття крізь призму психологічних настанов аудиторії

*Аналізуються причини несприйняття текстів мас-медіа. В основі роздумів авторки лежить теорія Ж. Бодрійя про симулякри, запровадження яких у мас-медійну практику стало серйозним бар'єром на шляху до адекватного розуміння аудиторією повідомлень ЗМІ.*

*Ключові слова: аудиторія, контент, маніпуляція, симулякр, смисл.*

**В**ступ. На тлі різноманіття філософсько-естетичних течій минулого століття домінантні позиції навіть у межах сучасної комунікативістики займають модернізм і постмодернізм, які, використовуючи нові форми і засоби вираження суспільного ідеалу відповідно до реалій, сформували складний комплекс особливого світосприйняття соціумом основ та тенденцій розвитку поточної культури. Зміни поширилися не тільки на уявлення про простір, час, матерію, рух, але й на способи пізнання світу, на роль мислення в пізнанні об'єктивної реальності: «Мислення про дійсність стало більш важливим, ніж сама дійсність» [1, с. 427].

За таких умов характерним є широке використання певних текстових симуляцій, які поширилися на всі види ЗМІ. Застосування різноманітних текстових симуляцій у мас-медійній практиці, зокрема з метою маніпулювання аудиторною здатністю адекватно сприйняти текст, докорінно трансформує функціональні характеристики самих медіа.

*Мета статті* полягає в осмисленні основних прийомів, завдяки застосуванню яких текст може бути або сприйнятим, або несприйнятим аудиторією, встановленні особливостей використання цих прийомів у комунікаційних процесах крізь призму психологічних особливостей текстових подач. *Завдання статті* – конкретизувати та структурувати ті прийоми, які, ґрунтуючись на психологічній природі сприйняття тексту, використовуються в ЗМІ з метою маніпуляції увагою аудиторії.

*Методи дослідження:* описовий, контент-аналіз, синтез, зіставлення.

*Результати й обговорення.* ЗМІ та офіційні джерела використовуються для того, щоб підтримати ілюзію істинності, реальності цілей суспільних процесів як минулого, так і сучасності, об'єктивності фактів та їх документального підтвердження. Репрезентовані на телебаченні текстові абстракції (які часто не збігаються із суттю візуальної інформації), що забезпечують процес підкреслення артефактів історії, катастроф та криз, призначені для того, щоб утримувати глядача під впливом комунікаційної інвестиції. Для

текстових повідомлень ЗМІ властива соціальна кодифікованість: призначення повідомлень не в донесенні інформації, здійсненні комунікації, а лише в циркуляції та ідентифікації очікуваних реакцій.

ЗМІ виконують роль глобального комунікаційного середовища, в якому реалізується механізм симуляції, зокрема текстуальної. Реальна мас-медійна практика свідчить про використання її комунікаційних ресурсів, традиційних та інноваційних форм роботи для введення текстових симулякрів (явище, предмет, процес, подія) в суспільну свідомість як реальності.

Узагалі внаслідок тотального використання симулякрів у мас-медійній практиці відбувається руйнування системи «маси – ЗМІ», що проявляється у функціональній трансформації феномена ЗМІ. До втрачених належить функція бути істиною абсолютного спостереження та нагляду, що побудована на позиції «спостерігати» за об'єктивним простором та «бути під наглядом». Постає нова, набута функція – істина маніпуляції, що виявляється у керованості попередньо змодельованої ситуації, актуалізації потрібного напрямку комунікаційної взаємодії.

Категоріальне різноманіття використання симулякрів свідчить про специфіку включення ЗМІ у поширення симуляції у соціальній взаємодії: симульовані явища, процеси, події використовуються для створення фактологічної основи контенту; симулякри-предмети – для документального підтвердження симульованих явищ, процесів, подій.

Текстова симуляція використовується як засіб для досягнення мети. Оприлюднена через тексти в мас-медіа сутність симуляції, що має позитивну, соціально популярну мотивацію, видимість позитивного вирішення складних ситуацій, не збігається із прихованим сенсом подій, який виявляє себе як сутність прагматичної мети. Прихований сенс містить негативний, соціально непопулярний компонент, що і зумовлює використання текстової симуляції (можливо, в ідеалі цілком позитивної) для досягнення ЗМІ мети.

Нагадаємо, що теоретик постмодернізму Ж. Бодрійя вважає: на сучасному етапі для людської ци-



вілізації характерне широке використання симуляцій, які поширилися на всі сфери суспільного життя. Учений розглядає симуляцію як набуття знаками, образами, символами самодостатньої реальності – такої собі гіперреальності. Всеосяжність симуляції супроводжується апотропією суспільного буття, коли зникає різниця між виробленими нею ефектами і реальною дійсністю. Відбувається витіснення реальності і заміщення її віртуальною гіперреальністю, створюваною симулякрами, які широко використовуються в комунікаційних процесах сучасного суспільства [2].

Ж. Бодрійяр вказує на антагоністичність та парадоксальність позицій як мас, так і засобів інформації, сутність яких перебуває в площині протистояння викликів смислу: виклик смислу, кинутий масами, та їх мовчання; виклик смислу, кинутий засобами інформації, та їх гіпноз.

У своїй праці «Реквієм за мас-медіа» Ж. Бодрійяр проаналізував та описав ЗМІ як інститут ірреверсивної моделі комунікації без відповіді [3]. На думку вченого, сьогодні відсутність відповіді можна зрозуміти вже не як стратегію влади, а як контрстратегію самої аудиторії, спрямовану проти контенту. Це – своєрідний протест, прояв несприйняття того, про що ЗМІ повідомляють.

З'ясовуючи сучасний стан суспільства як сукупності аудиторій медіа, Ж. Бодрійяр виділив такі можливі позиції:

- ЗМІ перебувають на боці влади, маніпулюючи масами;
- ЗМІ на боці мас і ліквідують смисл, здійснюючи з насолодою насилля над ним;
- медіа вводять маси в стан гіпнозу;
- маси примушують медіа перетворюватися на безглузде видовище, позбавлене смислу.

Учений доходить висновку, що ЗМІ, маніпулюючи, несуть смисл і контрсмисл – у текстах насамперед. Цей процес ніхто не може контролювати, оскільки мас-медіа виконують роль засобів симуляції, а це руйнує систему «Маси – ЗМІ». ЗМІ і маси перебувають в суб'єктно-об'єктних відносинах, які чітко визначають комунікаційні позиції обох учасників системи.

Ж. Бодрійяр наголошує, що домінантні намагання суб'єкта – ЗМІ – відображають швидше попередню фазу системи, що вже не є стратегічним полем, адже актуальним аргументом системи залишається максимізація слова, тексту в цілому, максимізація виробництва слів і смислом. Імперативом системи сьогодні є перевиробництво і регенерація власне слова і смислу. Це – стратегія мас, і вона рівнозначна тому, щоб повернути системі її власну логіку через її смисл.

Унаслідок руйнування системи «Маси – ЗМІ» відбувається функціональна трансформація поняття ЗМІ, зокрема текстів у них. До втрачених передусім належить функція бути істиною абсолютного спостереження та нагляду, що побудова-

на на позиції «спостерігати» за об'єктивним простором та «бути під наглядом». А тому текстові обмеження стосуються таких комунікативних актив-маніпуляторів, як «істина відображення в дзеркалі» та «істина перспективи паноптичної системи», коли тексти ЗМІ були джерелом абсолютного спостереження, а ідеалом контролю – абсолютна прозорість текстів.

Натомість постала нова, набута функція – істина текстової маніпуляції, що виявляється у керованості попередньо змодельованої ситуації, актуалізації потрібного напрямку комунікаційної взаємодії:

- істина тесту, який зондує й опитує;
- істина лазера, який намагає і вирізає;
- істина матриці, яка зберігає пам'ять;
- генетичний код, який керує комбінаціями генів;
- істина нервових клітин, які керують сенсорикою.

На шляху розвитку стадій соціального взаємозв'язку текст ЗМІ зробив поворот від паноптичної системи до системи апотропії, сутність якої Ж. Бодрійяр трактував як стирання граней між протилежностями – так зване «умиротворення протилежностей»: «У будь-якому випадку, умиротворення, яке домінує сьогодні, перебуває за межею війни та миру і його сутність в тому, що і війна, і мир безперервно еквівалентні» [2].

Провідною характеристикою застосування системи апотропії в мас-медійній практиці виступає гіперреальна соціальність, тобто симуляція соціального, тотальність використання текстових симулякрів. Цікаво, що, досліджуючи сутності підміни реальної картинки бажаними інтенціями, Ж. Бодрійяр виділяє три порядки текстових симулякрів:

• *текстові симулякри-копії*: симулякри природні, натуралістичні, що ґрунтуються на імітації та підробленнях, гармонійні, оптимістичні, скеровані на реституцію або ідеальну інституцію природи за промислом Божим; сфера реалізації – теологія, міфологія, філософія, психологія; форма реалізації – уява, уявні утопії;

• *текстові симулякри – функціональні аналоги*: симулякри продуктивні, скеровані на підвищення продуктивності, що ґрунтуються на енергії, силі, її матеріальному втіленні в машині та всій системі виробництва, прагнення до глобалізації та безперервної експансії, до вивільнення безмежної енергії (це бажання є також утопічним, але пов'язаним з цими симулякрами); сфера реалізації – художня література; жанр – наукова фантастика;

• *текстові симульовані симулякри*, що ґрунтуються на інформації, моделюванні, кібернетичній грі, їх мета – цілковита операційність, гіперреалістичність викладу, тотальний контроль; сфера реалізації – ЗМІ. За Ж. Бодрійяром, текстовим симулякрам властиве різне співвідно-



шення реального й уявного, що виявляється в існуванні певної дистанції між цими сутностями. Динаміка імплузії реального: із переходом від утопічних симулякрів до симульованих відбувається поглинання цієї дистанції на користь уявної моделі.

Як утопічні симулякри, так і реальність мають максимальну дистанцію, що ґрунтується на протистоянні світів – трансцендентального і реального, до того ж трансцендентальність наділяється реальними образами і формами, романтична мрія залишається її індивідуалізованою формою (для прикладу: Боги як люди). Обмеженому світу доіндустріальної епохи утопія протиставляла ідеальний альтернативний світ.

Фантастичні текстові симулякри, з одного боку, і реальність, з другого боку, виявляють себе як диспропорції, однак наукова фантастика не є якісно іншою проекцією реального світу виробництва: зростання механічних чи енергетичних можливостей, швидкостей відбувається за схемами, аналогічним схемам у механіці, металургії, тобто в реальному виробництві. До потенціально безмежного світу виробництва наукова фантастика додає збільшення його власних можливостей.

Симульовані текстові симулякри, з одного боку, і реальність, з другого боку, повністю поглинають дистанцію, резорбуючись в імплузивну еру моделей, які більше не є трансцендентністю чи проекцією, як в попередніх випадках. Симульовані симулякри є антиципацією реального. Таким чином, Ж. Бодрійяр доходить висновку, що уявне було алібі реального в світі, в якому панував принцип реальності. Сьогодні саме реальне стало алібі моделі в світі, в якому керує принцип симуляції. Реальне стає нашою істинною утопією, але тією утопією, яку здійснити уже неможливо. Тепер неможливо побудувати нереальне на основі реального, уявне на основі відомостей про реальне.

Розлогий текстовий матеріал симулякрів, досліджуваних Ж. Бодрійяром, дає змогу визначити прихованість справжніх мотивів як провідну ознаку симуляції, універсальність сфер застосування як провідну властивість симуляції. Різноманіття використання симулякрів (явище, предмет, процес, подія) підтверджує специфічний вплив ЗМІ на соціальне середовище, поширює симуляцію шляхом соціальної взаємодії: симульовані явища створюють фактологічну основу контенту; симулякри-предмети створюють документальне підтвердження симульованих явищ.

ЗМІ виконують роль глобального комунікаційного середовища, в якому реалізується механізм симуляції. Реальна мас-медійна практика свідчить про використання її комунікаційних ресурсів, традиційних та інноваційних форм роботи для введення симулякрів у суспільну свідомість як реальності.

Мас-медійна практика підтверджує верховенство медійної події над подією. ЗМІ викликають

подію однією своєю присутністю, в чому, власне, і полягає логіка симулякрів – в обов'язковій пресесії моделі. Саме тому події уже не мають власного смислу: не тому, що вони незначущі самі собою, а тому, що їм передувала модель, з якою їх перебіг лише збігається. Події, що сталися в невідомості, стають соціально значущими, резонансними лише після висвітлення їх у ЗМІ.

Мас-медійний текст, огорнутий у магію певного дійства, апелюючи до емоцій глядача, робить реальними його переживання (тому таким важливим є намагання захопити чи зберегти інформаційний простір як поле, наприклад, ідеологічного впливу). Однак насичення мас-медіа симулякрами робить симулякром і аудиторію, і її емоції, і морально-психологічний клімат суспільства (зважаючи на трансляційні можливості ЗМІ).

Фундаментальною проблемою медіа є брак мети, зацікавленості, історії, слова. Саме в цьому криється суперечність можливостей ЗМІ і мас-медійних об'єктів (телепроектів), в основі яких лежить явище симуляції, наприклад, про трагічні події минулого. Симульована мас-медіа ситуація, що мала б викликати емоції, може й залишити глядача небайдужим, проте не дасть усієї глибини переживань.

Співвідношення реальних емоцій та емоцій, породжених симуляцією про події минулого, залежить від співвідношення у системі «соціальна пам'ять – забуття» і виявляє закономірність: чим вищий рівень соціальної пам'яті, тим вищий рівень реальних емоцій. З огляду на засади мас-медійної практики щодо відбору новинного, аналітичного, оглядового матеріалу цікаві думки Ж. Бодрійяра про вагомість збереження історичної пам'яті та роль ЗМІ у цьому:

- забуття про знищення людей у концтаборах є частиною знищення, тому, що це – ще й знищення пам'яті, історії, соціального;

- забуття має таке саме значення, як і подія, яка в будь-якому випадку невловима для нас;

- забуття небезпечніше за саму подію, оскільки пам'ять людей стирається за допомогою масового поширення штучної пам'яті через ретроспекцію, що здійснюється суто медіа за допомогою технічних засобів (аудіо- та відеоплівки, телеекран, мікропроцесор), які можуть багаторазово повторювати сюжети. Замість колективного усвідомлення трагедії ця ретроспекція, не викликавши глибоких переживань, знищить забуття як почуття вини, утаємниченості, невисловленості.

**Висновки.** Широке застосування симуляції в текстах мас-медійної практики докорінно трансформує функціональні характеристики ЗМІ і суттєво впливає на можливість чи то навіть спроможність оцінити чи сприйняти текст у мас-медіа.

Засоби комунікації не ідентифікуються як такі, мусять сповіщати всіх, все і про все, оскільки із втратою паноптичного простору перспективи медіа зміщуються із повідомленням (згадаємо М. Маклю-



ена). У симульованих ситуаціях ЗМІ втрачають відчутність власної присутності в суспільстві, співвідношення з реальним, видовищність, здатність впливати на кого-небудь. Медіа не можна розглядати як явище, шкідливе для уяви, оскільки вони не містять нічого уявного, не є образом (міфом, фантазмом, дзеркалом, мрією). Соціально інертні ЗМІ намагаються використовувати риси відновлення соціального. Про це свідчить застосування таких форм, як дискусії аудиторії про передачу, залучення до змістового контексту так званої експертної групи – політиків, громадськості.

ЗМІ, реалізуючи аналітичну концепцію, виконують роль активного та ефективного зовнішнього агента та надають перспективну інформацію, в якій перетинаються реальне і смисл. Дистанційованість медіа від аудиторії забезпечує керування мутацією реального в гіперреальне, інформування глядача, спостереження за ним, його відчуження від реальності, маніпулювання ним.

ЗМІ використовуються для того, щоб підтримати ілюзію істинності, реальності цілей суспільних процесів як минулого, так і сучасності, об'єктивності фактів та їх документального підтвердження. Репрезентація в медіа абстракції, ерзаців та артефактів історії, катастроф та криз призначена для того, щоб утримувати глядача під впливом комунікаційної інвестиції. Для повідомлень ЗМІ властива соціальна кодифікованість. Тобто призначення повідомлень полягає не в донесенні інформації, здійсненні комуніка-

ції, а лише в циркуляції та ідентифікації очікуваних реакцій.

ЗМІ виконують роль комунікаційного середовища, в якому реалізується механізм симуляції. Аудиторія доволі болісно сприймає інтерпретаційні картинки засобів масової інформації. Симуляція використовується як засіб для досягнення мети, але оприлюднена через мас-медіа сутність симуляції, що має позитивну, соціально популярну мотивацію, видимість позитивного вирішення складних ситуацій, не збігається із прихованим смислом, який виявляє себе як сутність прагматичної мети і для багатьох представників аудиторії є доволі однозначним. Тому прихований смисл містить негативний, соціально непопулярний компонент, що і зумовлює використання симуляції (можливо, в ідеалі цілком позитивної) для досягнення реальної мети, що робить доволі розмитими перспективи сприйняття аудиторією тексту в ЗМІ.

1. Тишуніна Н. В. Язика литературы XX века / Н. В. Тишуніна // В диапазоне гуманитарного знания : сб. к 80-летию проф. М. С. Кагана. – С.Пб : Санкт-Петербургское филос. общество, 2001. – Вып. 4. – С. 424–432. – Сер. : «Мыслители».

2. Бодрийяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодрийяр ; пер. В. Ховхун. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 230 с.

3. Baudrillard J. Requiem pour les Medias / J. Baudrillard // Pour une Critique de L'economie Politique du Signe. – Paris : Editions Gallimard, 1972.

Подано до редакції 10. 09. 2014 р.

#### **Horoshkevych Nadiya. Text and its rejection through psychological perspective guides the audience.**

The reasons nonprofit adoption of the texts of the media. The basis of the author's reflections on the theory of simulacra J. Boudriyara, introducing them in the mass-media practice was a serious barrier to an adequate understanding of audience media reports.

**Keywords:** audience, content, manipulation, sense, simulacrum.

#### **Горошкевич Н. Е. Текст и его невосприятие через призму психологических установок аудитории.**

Анализируются причины невосприятия текстов СМИ. В основе размышлений автора лежит теория Ж. Бодрийяра о симулякрах, внедрение которых в масс-медийную практику стало серьезным барьером на пути к адекватному пониманию аудиторией сообщений СМИ.

**Ключевые слова:** аудитория, контент, манипуляция, симулякр, смысл.