

Бідюк Олена Василівна,
*викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності
Луцького інституту розвитку людини Університету “Україна”*

ПСИХОАНАЛІЗ У СИСТЕМІ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СУЧАСНОСТІ

У статті пропонується розглянути психоаналіз як особливу технологію сучасного комунікативно-суспільного дискурсу. Розкривається значення психоаналізу серед інших ефективних прикладних методик комунікативістики, описуються та аналізуються різні види психоаналітичних комунікативних моделей та основні засади, на яких вони побудовані.

The article is devoted to psychoanalysis as a special technology in modern social-communicative discourse. The main attention is on the role of psychoanalysis among other effective and practice methodic of communication science. Also the author describes and analyzes different types psychoanalytical communicative models and main points they are based on.

Психоаналіз у сучасному суспільстві – річ уже до певної міри звична. Чимало дослідників (соціологів, культурологів, літературознавців та ін.) дедалі частіше стали послуговуватись введеними у широкий науковий обіг психоаналітичними поняттями на зразок “підсвідоме”, “неврози”, “комплекси”, “архетипи” тощо. Не виняток і дослідники-комунікативісти, які психоаналіз зараховують якщо не до технологій комунікативного аналізу (як наприклад, це пропонує робити у своїй книзі “Комунікативні технології двадцятого століття” Г. Почепцов), то, цілком законірно, – до того методологічного інструментарію, що здатний пізнати глибинний зміст та інформаційну насиченість повідомлень у комунікаційному акті (Ю. Роцупкіна, Т. Дорпат, Х. Шпітц, Дж. Грін).

Наголосимо, що психоаналіз у дослідженнях не лише українських, а й зарубіжних науковців (Д. Кенері, А. Еліот, С. Фрош, М. Монтгомері, М. Бреннан, Г. Данкен та ін.) зводиться, як правило, лише до фрейдистських постулатів, а юнгівська теорія не-

свідомого чи архетипний аналіз беруться до уваги неохоче. От і складається враження, ніби психоаналіз – дослідження патологічних рис, які проявляються у процесі комунікації. Насправді, це не зовсім так, бо ж психоаналіз як метод роботи з інформацією передусім має на меті виявлення так званої внутрішньої (прихованої) психічної інформації, що знаходиться поза звичним (відкритим) смисловим полем повідомлення. І необов'язково ця інформація повинна бути патологічною.

Інша справа, коли йдеться про психоаналіз, що мислиться у системі комунікації і сам є комунікаційним актом. Його мета – подальше коригування психічних проявів особистості комуніканта. Як стверджує Г. Почепцов, психоаналіз покликаний “з одного боку, відкоригувати когнітивні механізми, які керують поведінкою, з іншої, навчити людину нових моделей поведінки практично” [3, с. 307]. У такому розумінні психоаналіз бачиться як комунікативне вправління, а прикладний характер тут є більш, ніж очевидним. Поруч із діловою комунікацією, теорією перформансу, теорією комунікативних обмінів та ін. психоаналіз пропонує моделі свідомої та підсвідомої мотиваційної поведінки індивідів у процесі комунікації. Які ж це моделі і як вони працюють?

У статті ставимо за мету проаналізувати ефективність використання психоаналітичних моделей комунікації (фройдівську та юнгівську), розкрити роль психоаналізу та можливості психоаналітичної методології у дослідженні різних видів комунікації.

Для початку слід окреслити поняття комунікативної технології, у межах якої і розглядатимемо психоаналітичний метод. Під комунікативними технологіями загальноприйнято розуміти майстерність спілкування, побудовану за відповідними принципами, законами, моделями. Серед найбільш популярних моделей комунікації, які засновані на психоаналітичній практиці спілкування і які, до речі, становлять значний науковий інтерес для дослідників у різних сферах гуманітарного знання, виділяють дві протилежні моделі засновників психоаналізу – модель З. Фрейда і К. Г. Юнга.

Зрозуміло, що терапевтична практика обох вчених-психоаналітиків існувала у формі комунікації із пацієнтами. Саме погляд на призначення такої комунікації, основні критерії, які зосереджуються на психічному в людині і привели дослідників до шукання тих психічних елементів у їх розповідях, які б проливали світло на їх хворобу. У найпростішому варіанті психоаналізу можна порівняти із розмовотерапією (talking therapy), на чому і будувався і буде усього психоаналізу, як класичний, так і юнгівська аналітична психологія.

Розглянемо детальніше фрейдівську комунікативну модель. Отже, психоаналіз постав із вчення З. Фрейда, який окреслив на той час нечуване явище – комунікацію, що мала на меті зазирнути у підсвідоме пацієнта. Психоаналіз, як, до речі, і психологія, етимологічно сягає тих самих коренів: гр. *psyche* – душа, *analysis* – аналіз, *logos* – думка, наука. Основним є поняття душі, внутрішнього світу особистості, на який, як виявили психоаналітики, можна впливати за посередництвом різних вербальних та невербальних факторів. Психоаналіз постає на противагу класичному психологічному вченню як обернена його сторона. Виникнення психоаналізу зумовлено однобоким висвітленням у психологічній науці внутрішніх, психічних процесів. Якщо психологія опирається на поняття свідомості, то психоаналіз, навпаки, звертається до поняття несвідомого як вихідного. Психоаналіз “характеризує не матеріал, яким він займається, а техніку, за допомогою якої він працює” [5, с. 248], а техніка справді унікальна, бо передбачає, за словами З. Фрейда, “розкриття несвідомого в душевному житті” [5, с. 248]. І, зауважмо, розкриття це відбувається не інакше, як через мовні засоби, мовлення лікаря та пацієнта.

Термін психоаналіз було введено у науковий обіг австрійським науковцем З. Фрейдом. Він був першим, хто у своїх дослідженнях наважився описати новий, невідомий широкому загалові підхід. Це спричинило революцію у тогочасних уявленнях та викликало неабиякий інтерес до запропонованої методи. З. Фрейда називають “батьком психоаналізу”. Офіційною датою народження цієї науки (а саме так дослідник означував запропоновані ним теоретичні положення) прийнято вважати 1896 рік. В цей час вперше перед широким загалом Фрейд представив психоаналітичні ідеї.

Під психоаналізом, вслід за вченим, почали розуміти “роботу, за посередництвом якої ми повертаємо у свідомість /.../ витіснені психічні смисли” [2, с. 394]. Наголошуючи на багатозначності, укладачі “Словника із психоаналізу” Ж. Лапланш та Ж.-Б. Понталіс трактують термін як “метод дослідження, який базується на виявленні несвідомого значення слів, вчинків та продуктів уяви (сни, фантазії, марення) певного суб’єкта”, як “психотерапевтичний метод” і як “сукупність теорії психології і психопатології” [2, с. 394]. Розуміючи, яку роль відіграє несвідоме для становлення тепер уже нової науки, Фрейд переконаний, що “в психоаналізі ми не можемо обійтись без несвідомого” [5, с. 177]. Саме воно здатне впливати на свідоме, доповнюючи та

коригуючи його. Адже, як наголошує психоаналітик, “будь-який душевний процес спочатку існує у несвідомій стадії або фазі і тільки з неї переходить у свідому фазу, подібно як фотографічне зображення існує спочатку як негатив і потім завдяки позитивному процесу стає зображенням” [5, с. 187]. У процесі психотерапевтичної комунікації лікар намагається вловити сублимовані (витіснені) бажання, як правило, сексуального змісту, так звані сексуальні фантазії і спробувати нейтралізувати їх. Це, вважає, вчений недостатня соціалізованість людини, коли її тваринні інстинкти прослідковуються частіше, аніж культурні приписи.

Під сублимацією Фройд розумів процес перетворення сексуальної енергії у несексуальну. Сублимація визначає нову мету руху енергії, адже, як наголошував психоаналітик, “сексуальний потяг відмовляється від своєї мети особистого задоволення або задоволення від продовження роду, і рухається до іншої [мети] / . . . / вже не сексуальної, а такої, що заслуговує назву соціальної” [5, с. 220]. При сублимації змінюється якісна характеристика, позаяк енергія інстинктів набуває ознак духовно-культурного явища. Соціальне, а ширше – культурне, стає пріоритетом і є вищим від потягів “сексуальних, егоїстичних в своїй основі” [5, с. 220]. Тепер це не бездумна, часто руйнівна, сила, що потребує задоволення фізіологічних процесів, а творча та духовна потреба людини. Ось чому складається думка, що у комунікаційному акті реалізується духовне начало, яке і робить людину людиною.

Процес сублимації, за Фройдом, “може вивільнити завжди тільки певну частину лібідо” [5, с. 220], тобто ще одна частина залишатиметься незадіяною, незмінною, а тому обов’язково буде тягнути особистість до нижчих проявів задоволення. Сам Фройд схильний прирівнювати енергію лібідо до голоду, вважаючи, що це “сила, в якій виражається потяг / . . . / сексуальний, як в голоді виражається потяг до їжі” [5, с. 199]. Фройдівська модель комунікації базується на індивідуальному несвідомому та теорії сублимації сексуальної енергії. На відміну від фройдівської, юнгівська модель в основі має вже не індивідуальне несвідоме людини, а колективне несвідоме що із легкістю виявляється під час комунікації. Цей новий етап поглядів на терапевтичну комунікацію заклав учень З. Фрейда К. Г. Юнг.

Справді, новий етап розвитку психоаналітичної науки починається із діяльності швейцарського вченого К. Г. Юнга. Він засвідчує розширення теоретичних обширів фройдівської доктрини і складає другий етап у процесі теоретизації психоаналізу. З ім’ям К. Г. Юнга пов’язують поняття глибинної, або аналітичної, психо-

логії. Глибинна психологія стала опозиційною щодо психоаналізу З. Фрейда. Вона була покликана повернути людину до духовного у собі і в такий спосіб реабілітувати людину у власних очах.

Термін “глибинна психологія” був запропонований відомим психологом О. Блейлером на початку ХХ століття. Він вживався на означення напряму науки про внутрішній світ людини, який досліджував позапсихічні явища. Саме Юнг надав йому нового значення і розробив основні теоретичні положення. Утверджуючись спочатку на позиції класичного фрейдівського психоаналізу, Юнг не зміг остаточно прийняти тезу про тотальне панування в людині фізіології та сексуальних потягів. Це ми означаємо як ідеологічний конфлікт класичного психоаналізу та психоаналізу Юнга.

Окрім того, мав місце також і світоглядний конфлікт, адже ідейно-теоретична площина, яку активно відстоював Фрейд і з якої виріс Юнг, вимагала від дослідника песимістичного світогляду щодо людини і людства загалом. Психоаналіз Фрейда не розглядає позитивних намірів та бажань у людині, вважаючи неможливим їхнє буття у глибинних шарах психіки. Це психоаналіз комплексів, породжених нижчою енергією тваринних інстинктів, а тому утверджує думку про те, що кожна людина, включаючи дітей, – є наслідком їх дії.

Юнг не заперечує існування інстинктів і навіть вводить поняття комплексів для позначення енергетичних зрушень, що походять із несвідомого. Він, захоплений теорією Фрейда, продовжує його думки у своїх наукових працях. Однак таке захоплення триває недовго. Після виходу книги “Метаморфози і символи лібідо” (1912) спостерігаємо перші ідейні розходження із Фрейдом. Юнг мав сміливість припустити, що енергія лібідо, яка у Фрейда означувалась суто як сексуальна, є психічним виявом життєвої енергії і не обмежується рамками сексуальності. Тобто пансексуалізм класичного психоаналізу, який часто ставав об’єктом критики, не знайшов підтримки у вченого. Він вважав, що несвідоме значно місткіше, аніж про нього говорив Фрейд, а тому інстинктивна енергія – лише частина від цілого.

На основі такого твердження Юнг обґрунтовує свою теорію колективного несвідомого. Нижні шари психіки, які Фрейд і не намагався структурувати у процесі комунікації, Юнг схильний був досліджувати ширше, у двох площинах, які означають індивідуальну та колективну складові. Несвідоме, що є відображенням такої структурної організації, необхідно, на думку вченого, поділити на індивідуальне несвідоме та колективне.

Індивідуальне несвідоме – це сукупність змістових пластів, що виникли з індивідуального минулого. Вони, як правило, обумовлюють продукування інстинктивних бажань, а також містять витіснені із свідомості елементи та інфантильні переживання. Формально це виражається у людських комплексах, про які говорив Фройд. Як стверджував Дж. Грін, комунікація впливає на поведінку індивіда і, як ніяка інша, допомагає впроваджувати і розвивати “моделі психологічних механізмів, закладених у варіативності поведінкового феномена” [8]. Індивідуальне несвідоме більш ніж причетне до формування “поведінкового феномена” сучасної людини і людства загалом.

Юнг неодноразово звертається до колективного несвідомого, вважаючи його основним поняттям, із якого витікають усі подальші концепції аналітичної психології. Колективне несвідоме дослідник вперше обґрунтував у книзі “Діалектика “Я” і несвідомого”, що вийшла друком 1933 року у Цюриху. Як вказує сам автор, вона постала із бажання викласти та переосмислити лекцію під назвою “Структура несвідомого” (1916). За мету було поставлено описати зв’язки, що існують між несвідомими процесами та свідомим “Я”.

Несвідоме, на думку вченого, постало у колективному психічному досвіді ще в період витоків людської історії. Тобто колективне несвідоме знаходить відображення у культурному генезисі людства. Ось як про це скаже Юнг в одній із “Тавістокських лекцій”: “наша психологія тягне за собою довгий хвіст, наче в ящірки, що вміщує у собі всю історію індивідуального роду, нації, Європи і всього людства” [6, с. 107].

Юнг намагався знайти універсальний підхід, за допомогою якого можна було би здійснювати аналіз колективного несвідомого під час комунікації лікаря і пацієнта. Тепер, знаючи про двоплановість глибинної частини психіки, постало питання перегляду запропонованого Фройдом методу дослідження таких явищ. Назрівав ще один конфлікт із класичним психоаналізом, цього разу методологічний. Досліджувати комунікацію (а саме вона, на думку К. Г. Юнга, є основою людських стосунків) вчений пропонував на основі того матеріалу, яким ми мислимо. Ним, за словами видатного швейцарця, є “мова і словесні поняття, які завжди є зовнішньою стороною, мостом, мають єдине призначення – бути засобом комунікації” [7, с. 27].

Метод вільних асоціацій, який розробляв Фройд, слугував відправною точкою і для Юнга. Такий спосіб аналізу він співвіднесив із асоціативним експериментом, яким послуговувався разом з О. Блейлером у клінічній практиці. Як зауважує Ганс Х.

Вальзер, досліджуючи розвиток психоаналізу у Швейцарії, виняткове значення методу полягає у тому, що “цей експеримент, який сприймався раніше як суто “академічний”, в руках Юнга, що пов’язав його із психоаналізом, невдовзі став надзвичайно актуальним” [1, с. 469]. Актуальний він і сьогодні, адже, за твердженням Ю. Рошупкіної, метод вільних асоціацій “це метод цивілізованої реклами” [4, с. 100] і, як слушно доводитиме дослідниця, “це єдино правильний шлях для рекламіста, який себе поважає” [4, с. 100]. Метод вільних асоціацій передбачає цікаву закономірність: якщо психоаналітик зможе “підняти” з глибин несвідомого те, що підлягає витісненню, тобто перевести його із неусвідомленого у свідомість, то це означатиме, що їх власник позбудеться витіснених елементів назавжди. Згідно з теорією Фрейда, задоволені особисті бажання не можуть існувати надалі у несвідомому, бо більше йому не належать.

Але Юнг на практиці виявив парадоксальну річ, яка і дозволила йому піддати критиці фрейдівський метод. Він побачив, що елементи несвідомого, які пройшли цензуру і потрапили у свідомість, можуть і надалі з’являтися у мареннях та снах, які продукуються несвідомим. Та й самі марення та сновидіння повинні були б зникнути, як тільки розкрито їх суть. Проте вони не лише не зникають, але й продовжують послуговуватись тими ж образами та мотивами. Відтак, Юнг робить висновок про те, що у несвідомому існує група перманентних елементів, які нікуди не зникають і є обов’язковим набором образів несвідомого. Прикметно, що вони є незмінними і мають однаковий вияв у багатьох людей. Інакше кажучи, ці елементи несвідомого можна простежити у внутрішній сфері кожного, незалежно від віку, статі, соціальної ролі. А якщо так, то несвідоме є головним джерелом властивих всім людям основних мотивів та образів, примітивних спогадів, які так чи інакше присутні у комунікативному акті.

К. Г. Юнг представляє несвідоме у новому ракурсі, простежуючи у ньому психічну першодійсність. Воно, згідно з теорією вченого, складається із комплексів індивідуальної сфери несвідомого, а також первинних переживань і примітивних спогадів колективного несвідомого. Останні вчений називав спочатку праобразами (1912), потім домінантами колективного несвідомого (1916), а від 1919 року – архетипами.

Генетично ця номінація сягає грецьких коренів *arche* – початок і *typos*, що значить образ. Тобто архетип – це первісний, першопочатковий образ. Розуміння терміна в різні часи було неоднаковим, а бажання уточнити чи описати його призводило до

цілого ряду визначень. Теорія архетипів не тільки структурує архетипи, але й закладає основи для розуміння процесів, які відбуваються за їх посередництвом у психічному житті особистості (тобто психічних процесів) через процеси комунікаційні.

Моделі психоаналітичної комунікації побудовані за принципом єдності психіки, її свідомих і несвідомих концептів, індивідуального та колективного несвідомого тощо. Свідомо не беручи до уваги інші моделі, які, по суті, продовжують, удосконалюють комунікаційні моделі, закладені З. Фройдом та К. Г. Юнгом, ми намагались наголосити на тих важливих елементах комунікативного процесу, які виявляють вчені-психоаналітики у ході спілкування із пацієнтом.

Сьогодні бачимо чимало методів комунікативного аналізу, однак психоаналітичний метод (що дозволяє і досліджувати комунікацію, і самому бути комунікацією), на наш погляд, серед усіх інших вирізняється найбільш глибинним аналізом комунікативних одиниць. Загалом, психоаналіз у системі комунікативних технологій ще потребує уважного вивчення, однак вже зараз займає провідну роль у теорії та практиці комунікації.

Список використаних джерел та літератури:

Вальзер Х. Г. Психоанализ в Швейцарии / Х. Вальзер // Энциклопедия глубинной психологии / общ. ред. А. Боковинкова. – М. : “Когито-центр” ; МГМ, 2001. – Т. 2. – С. 462-490.

Лапланш Ж. Словарь по психоанализу / Ж. Лапланш, Ж.-Б. Понталис. – М. : Высшая школа, 1996. – 623 с.

Почепцов Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2002. – 352 с.

Роцупкина Ю. Д. Отличие рекламного психоанализа от психоанализа терапевтического / Ю. Д. Роцупкина // Коммуникация в современном мире: Материалы Всероссийской научно-практической конференции исследователей журналистики, рекламы и публик рилейшнз... / Под ред. В. В. Тулупова. – Воронеж, 2004. – С. 99-100.

Фрейд З. Введение в психоанализ. Лекции / З. Фрейд. – М. : Наука, 1989. – 456 с.

Юнг К. Г. Аналитическая психология: теория и практика. Тавистокские лекции / К. Г. Юнг. – СПб. : Азбука-классика, 2007. – 240 с.

Юнг К. Г. Символы трансформации / К. Г. Юнг. – М. : ПентаГрафик, 2000. – 496 с.

Greene J. Message production : advances in communication theory : [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://www.questia.com>