

УДК 007: 616.89

МЕДІА ТА ПСИХОАНАЛІЗ: МЕТОДОЛОГІЧНА ВЗАЄМОДІЯ

ЧЕРНИШ Анна,

канд. філол. наук, ст. викл.,

Сумський державний університет, вул. Харківська, 116, Суми, 40000, Україна, e-mail: an.chernysh@journ.sumdu.edu.ua.

Стаття присвячена дослідженню методологічної взаємодії медіа та психоаналізу. Методологічна інтеграція медіа та психоаналізу потрактована з позицій комунікативного психоаналізу, розмовотерапії, поглибленого особистого інтерв'ювання. Зазначено, що медіатехнології актуалізують процеси пізнання, самоосмислення й ревізії багатьох категорій, що часто потрапляють у фокус медійних зацікавлень, – ідентичність, символ, архетип, стереотип, страх, тривога, комплекс, проблема, травма. Використання прийомів інтерв'ю, діалогу, полілогу, бесіди, висловлення, публічних та анонімних виступів, вільного асоціювання, наративів про інших, висвітлення подій засобами фотомистецтва, кіно, аудіо, відео та текстового повідомлення, радіо, телебачення, інтернету забезпечують виявлення больових точок індивіда та груп, соціуму чи нації в цілому.

Ключові слова: медіа, психоаналіз, інтеграція, методи, прийоми.

MEDIA AND PSYCHOANALYSIS: METHODOLOGICAL INTERACTION

The article is dedicated to the methodological interaction of media and psychoanalysis. The methodological interplay of media and psychoanalysis is treated as a technology of communicative psychoanalysis, talking therapy, and face-to-face interview. It is noted that media technologies actualize the processes of cognition, self-understanding and revision of many categories that often fall into the focus of media interest – identity, symbol, archetype, stereotype, fear, anxiety, complex, problem, trauma. Techniques of interview, dialogue, conversation, discussion, public and anonymous speeches, free association, narratives about others, coverage of events by the ways of photo art, cinema, audio, video and text messages, radio, television, and the Internet ensure the identification of individual and group pain points.

Keywords: media, psychoanalysis, interaction, methods, techniques.

Вступ. Психоаналіз як психотерапевтична техніка відома давно. Вона досить активно використовується в медичній практиці. Окрім того, на сьогодні елементи, техніки та прийоми психоаналітичної терапії широко застосовуються й в інших галузях – літературознавстві, прикладній лінгвістиці, історикознавстві, соціальних комунікаціях тощо. Розділяючи наукові погляди З. Росінської про психоаналіз як «мистецтво інтерпретації» [9, с. 319], вважаємо доцільним і виправданим застосування окремих аспектів теорії психоаналізу до різних сфер соціальної комунікації, що спроможні інтерпретувати соціально важливі події та явища, створювати численні фокуси й візії їхнього представлення, а також упливати на отримувача інформації засобами, методами, прийомами психоаналізу.

Мета статті – виявити й проаналізувати базові категорії і поняття у медіа та психоаналізі, що засвідчують їхню методологічну інтеграцію.

Завдання: 1) з'ясувати специфіку методологічної взаємодії медіа та психоаналізу; 2) означити спільні для медіа та психоаналізу категорії і поняття; 3) визначити механізми, що сприяють інтеграції психоаналізу в медійну сферу.

Об'єкт дослідження – медіадискурс, прийнятний для виявлення в ньому кодів психоаналізу. *Предмет* дослідження – спільні для медіа та психоаналізу категорії, поняття, система методів і прийомів, що демонструють інтеграцію психоаналізу в медійний

© Черниш А., 2023

континуум. Наукова *новизна* пропонованої публікації полягає в постановці й актуалізації проблеми взаємодії медіа та психоаналізу, що до сьогодні майже не знаходила свого наукового обґрунтування в українському науковому дискурсі. Ураховуючи досвід закордонних дослідників у сфері соціальних комунікацій, означено специфіку методологічної взаємодії медіа- та психоаналітичного дискурсів.

Методи дослідження. Метод аналізу наукової літератури сприяв систематизації матеріалів про взаємодію медіа та психоаналізу, дозволяючи визначити спільність методологічного апарату. Дискурсивний – виявив доцільність застосування методів, прийомів, засобів і технологій психоаналізу в медійному континуумі. Методом синтезу сформульовано загальні тенденції інтеграції психоаналітичної теорії у медіасферу. Окремі аспекти порівняльно-історичного та зіставного методів допомогли обґрунтувати стан наукового осмислення взаємодії між медіа та психоаналізом в Україні та за кордоном. Метод контент-аналізу сприяв збору та опису медіаконтенту та його впливу на індивідів, окремі соціальні групи, націю в цілому.

На першому – підготовчому – етапі дослідження зроблено огляд наукових студій із взаємодії медіа та психоаналізу в українському та закордонному науковому дискурсі. Наступний етап підготовки матеріалів із застосуванням порівняльно-історичної та зіставної методології підпорядкований пошуку, аналізу та систематизації наукових здобутків у вітчизняних і закордонних наукових студіях, що демонструють взаємодію медіа та психоаналізу. Основний етап роботи над публікацією із залученням дискурсивного методу та методу контент-аналізу передбачав наукове обґрунтування специфіки інтеграції психоаналізу в гуманітарні сфери, в якому він функціонує як прикладний психоаналіз, виробляючи платформу для взаємодії з літературознавством, філософією, релігієзнавством, історією, соціальними комунікаціями тощо. З'ясування методологічних координат взаємовпливу дозволило виокремити спільні для медіасфери та психоаналізу поняття, прийнятні форми та засоби представлення психоаналітичних кодів у медіасфері, основні прийоми «медіатерапії». На завершальному етапі узагальнено основні тенденції інтеграції психоаналізу в медійний континуум і перспективи подальших наукових студій.

Результати й обговорення. Психоаналіз як розлога й системна теоретико-методологічна дисципліна передбачає передусім психотерапевтичну післядію. У широкому значенні під психотерапією розуміють будь-який вид лікування розмовою (Ч. Райкрофт), зокрема й засобами медіа, що уможливають різного роду розмову чи радше комунікацію. О. Бідюк, досліджуючи психоаналіз у системі сучасних технологій комунікацій, із цього приводу зауважує: «У найпростішому варіанті психоаналіз можна порівняти із розмовотерапією (talking therapy), на чому будувався і будується увесь психоаналіз, як класичний, так і юнгівська аналітична психологія» [1, с. 14]. Убачаємо методологічно виправданим використовувати методи й засоби теорії психоаналізу для інтерпретації взаємодії психоаналізу та медіа.

У широкому значенні психоаналіз включає низку теорій особистості, численну групу психотерапевтичних методів й алгоритмів із розкодування невротичних і патологічних симптомів особистості. Під психоаналізом у різних науках соціально-гуманітарного циклу розуміють «метод дослідження, який базується на виявленні несвідомого значення слів, учинків та продуктів уяви (сни, фантазії, марення) певного суб'єкта» [7, с. 394]; «вчення, що досліджує несвідоме і його взаємозв'язки зі свідомим у психіці людини; сукупність способів виявлення особливостей переживань і дій людини, обумовлених несвідомими мотивами» [8, с. 198]; «авангардну теорію, що сформувалася у працях З. Фрейда на порубіжжі ХІХ–ХХ ст. як дослідження психічного несвідомого» [3, с. 7]; «філософське вчення, наукову теорію, технологію лікування» [2, с. 8].

Традиційно виникнення й обґрунтування психоаналітичної теорії пов'язують із постаттю З. Фрейда, чії праці в основному присвячені проблемам людської психіки, свідомих і несвідомих процесів, пам'яті. Попри те що

З. Фройд вважається одним із фундаторів клінічного (медичного) психоаналізу, він, як доводять окремі студії Ж. Дерріда, М. Доан, Т. Ельзасера, Ф. Кітлера, Ж. Лакана [11; 12; 14; 20; 21], сам того не усвідомлюючи, обґрунтував засновки до медіатизації психоаналізу. Як відомо, З. Фройд страждав на своєрідну форму технофобії, майже не використовуючи у побуті та клінічній практиці сучасних йому технологій: радіо, фотодокументування, друкарської машинки, телефону, кіно [див. про це: 4; 14]. Як зауважує Ф. Кітлер, «відкриття психоаналізу збіглося у часі з закінченням ери монополії на письмо, а в історичному вимірі – з диференціацією медіа. Телефон, фотоплівка, фонограф і друкарська машинка (з'явилася на письмову столі Фройда на початку 1913) символізують образи, з яких складається апарат людської психіки» [20]. З. Фройд розглядав психічну систему людини разом із тілом як своєрідну оптичну систему, спроможну до «записування» й відтворення через запам'ятовування, як резервуар, схованку, своєрідний посередник, за Т. Ельзасером, для «входу» й «виходу» інформації: «Що його цікавило, так це наступні параметри: сенсорне сприйняття/вхід (головно звук і зображення) і вихід/репрезентація (візуалізація, наратив, мовлення разом з обмовками і парапраксією)» [14, с. 102]. За З. Фройдом, людська психіка здатна до записування-запам'ятовування, відтворення подій через пригадування, перенесення, заміщення, обмін інформацією подібно різним видам медіа – фотомистецтву, кіно, аудіо, відео та текстовому повідомленню, радіо, телебаченню, інтернету тощо, що уможлиблюють ці процеси.

Розділяємо наукову позицію Я. Йоханеса, який стверджує, що «хоча психоаналіз є клінічною областю, її епістемологічна та онтологічні основи просочилися до гуманітарних наук (зокрема теорії кіно) і соціальних наук» [19]. Представляючи одну з найдоступніших форм обміну інформацією, медіа не лише задовольняють потреби особистості в її отриманні й передаванні, а й здатні формувати широку парадигму впливів, контактів, взаємодій, що уможлиблюють об'єктивізацію дійсності. У європейських та американських дискурсах взаємодія медіа та психоаналізу активно обговорюється вже кілька десятиліть, потрапивши у фокус наукових зацікавлень Я. Йоханеса, С. Турклі, Б. Річардса, М. Кавки, Т. Ельзасера, С. Фрош та ін. [1; 5; 6]. В Україні ж про взаємозв'язок медійного дискурсу та психоаналізу говорять обережно, позаяк цей аспект інтеграції ще не набув системного студіювання.

На сьогодні методологічна взаємодія медіа та психоаналізу, виявлення кодів психоаналізу в медійному континуумі, психоаналітичні прийоми формування медійних продуктів набувають необхідності наукового студіювання, враховуючи значний вплив медіа на індивіда у XXI ст. Засоби масової інформації «взяли на себе роль конструювання наративів про національну ідентичність і колективні травми» [23, с. 93]. Вони є не лише «речниками» травматичних наративів, а й одними з дієвих засобів розтравмування, проговорення і вирішення багатьох соціально значущих питань. Окрім того, медіа дедалі активніше використовуються як своєрідна платформа для збору корисної для психологів і психоаналітиків інформації. Скажімо, через соціальні мережі може збиратися, систематизуватися й аналізуватися інформація про особисті, групові та соціальні невдоволення, відверті та латентні конфлікти серед людей, груп, у межах соціуму чи навіть нації, причини, наслідки й впливи травм, психічні патерни поведінки та можливі її девіації і патології, проблеми здоров'я тощо.

Враховуючи основні аспекти розуміння психоаналізу, варто застерегти від механічно-відтворювального принципу застосування психоаналітичних методів, прийомів і технік до аналізу медіа. Вихідною умовою, що забезпечує реалізацію взаємовпливів між соціокомунікаційним континуумом і психоаналізом є наявність відповідного медійного матеріалу, що явно або латентно означає ключові психоаналітичні категорії чи проблеми. Методологічна інтеграція психоаналізу та медіа потребує системного осмислення, тому Сумський державний університет для студентів спеціальності 061 «Журналістика» пропонує дисципліну «Психоаналіз і журналістика», що сприяє ви-

вченню і засвоєнню принципів взаємодії медіадискурсу та психоаналізу. Так, скажімо, застосування окремих аспектів теорії психоаналізу може стати цілком помічним в інтерпретації стереотипів, символів, ідентифікації, перцепції як продуктів комунікативного психоаналізу. Способи й форми медійної презентації категорій страху, тривоги, комплексу, смерті, справедливості, бажання також часто вимагають застосування психоаналітичної лектури, спроможної пояснити природу цих явищ. Дедалі частіше в теоріях соціальних комунікацій набуває актуальності застосування психоаналітичного трактування категорій залежності як психоемоційної деструкції та медіазалежності як психічної проблеми. Розрізнення та потрактування різного роду маніпуляцій та їхніх наслідків у медіадискурсі також потребують психоаналітичної інтерпретації. Отже, як видно, окремі аспекти психоаналізу можуть продуктивно й засадничо пояснити причини та наслідки багатьох проблем у медійній сфері.

На відміну від психоаналітичної терапії, в якій базовим є проговорення проблем і травм, чи, скажімо, у процесі психоаналітичної інтерпретації літературного твору з акцентуванням на здатності заміщувати витіснені, непроговорювані, болісні теми або комплекси їх символізацією засобами літератури, основне завдання взаємодії медіа та психоаналізу – виявляти больові точки індивіда, групи, суспільства чи нації, висвітлюючи їх у будь-який доступний для медіа спосіб. Реалізація принципів взаємодії прикладного психоаналізу зорієнтована на її кінцеву мету. Так, якщо художня література системою поетологічних засобів продукує формування ситуацій, що можуть бути потрактовані в психоаналітичному вимірі, моделюючи психопортрет автора твору або / і персонажів, то медіа, використовуючи психоаналітичний інструментарій, вирішує окремі індивідуальні чи колективні проблеми: «<...> матеріал художньої літератури є придатним для психоаналітичного дослідження автора чи вигаданого персонажа книги тією мірою, що й інформація, надана мікроблогами, дозволяючи провести подібний аналіз» [13].

Базовим поняттям для психоаналізу та медіа є *комунікація* – феномен, що сприяє міжособистісному, груповому, масовому спілкуванню та обміну різного роду інформацією. Враховуючи принцип діалогу як найпоширенішого способу реалізації комунікації, взаємодія медійного дискурсу з психоаналізом забезпечує відповідні форми, засоби, канали осмислення соціальної реальності та важливих для індивіда явищ, понять, процесів.

Комунікація як соціальний, культурний, пізнавальний, організаційний, екзистенційний феномен орієнтується на індивіда з неповторним та унікальним набором психічних особливостей, внутрішнім світом, корпусом світонастановчих орієнтирів, засадничими світоуявлювальними імперативами. Медіа здатні забезпечити реалізацію потреби розвиватися через неперервний процес отримання інформації та знань, а психоаналіз – скоординувати отриману інформацію, враховуючи діапазон запитів особистості.

Узгоджуючись між собою, медіа та психоаналіз виробляють методологічну платформу взаємодії. Так, наприклад, в американському науковому просторі досить активно послугуються терміном комунікативний психоаналіз (Р. Лангс, Ю. Хабермас), розбудований у засобах масової інформації та політичній сфері здебільшого на засадах інтерв'ю, діалогу / полілогу, бесіди – ключових формах реалізації психоаналітичної терапії. Щоправда, комунікативний психоаналіз здебільшого, на відміну від класичного (медичного), передбачає виявлення не осібних психічних порушень, а комплексу конфліктів і системи маніпуляцій, що виникають між індивідом і соціальними інституціями та владою. Різного роду медіа виступають своєрідними посередниками виголошення / оприлюднення / проговорення неузгодженостей між людиною, групою, суспільством, нацією в цілому і владними структурами, застосовуючи широку парадигму методів і прийомів «медіатерапії». Отже, медіа, як і, власне, клінічна психотерапія, як і окремі види прикладного психоаналізу, успішно реалізовані в низці соціогуманітарних дисциплін, із застосуванням окремих аспектів клінічного психоаналізу виро-

бляють свою платформу впливу на індивіда й методологію, оперуючи асоціюванням, потоком свідомості, прийомом проговорення, пригадування, акцентування, маскуванню, маніпулювання тощо.

Комунікативний психоаналіз може сприйматися не лише формою реалізації двосторонніх комунікативних зв'язків між інформатором та отримувачем інформації, а й спеціальним методом реалізації психокомунікативних механізмів між ними, що актуалізують як сферу несвідомого, так і свідомі процеси життя, діяльності та творчості індивідів. Він уможливорює обмін інформацією між психоаналізом і широкими масами людей через різні форми й способи реалізації комунікації: «Комунікативний психоаналіз є технологією відносин між медіа та масовою аудиторією. Це виявляється насамперед у використанні журналістських жанрів для реалізації деякої психічної суспільної настанови (процеси ідентифікації, трансферу психічного контенту, створення асоціативно-ментальних стійких єдностей – стереотипів, невротичність, символізація, перцепція тощо)» [5, с. 17]. Отже, є підстави стверджувати про актуальність і навіть необхідність застосування в медійному дискурсі корпусу засобів та інструментів психоаналізу задля реалізації їхньої взаємодії. Окрім того, враховуючи й інші засоби – асоціативне навіювання, маніпуляції, виговорення в усній або письмовій формі, знаходимо додаткові коди методологічної взаємодії медіа та психоаналізу.

Медіа та психоаналіз мають спільні об'єкти пізнання – людину та сфери її життєдіяльності, а також явища і процеси, пов'язані з людськими факторами. Щоправда, сфера медійного зацікавлення може бути значно ширша, не обмежуватися лише людиною, на відміну від психоаналізу, що переважно зорієнтований на індивіда та його проблеми. У будь-якому випадку, навіть враховуючи один зі спільних об'єктів – людську особистість та сфери її життєдіяльності, цілком слушно видається позиція Б. Хаймора в потрактуванні психоаналізу як «способу уваги» до індивіда [15, с. 88], що найрепрезентативніше проявляється в медійному континуумі.

Різноманітні медіатехнології впливу на людину забезпечують їй формування життєвого досвіду на комфортній відстані або у відносній безпеці, чого не може забезпечити психоаналітична терапія, розрахована на безпосередній контакт лікаря та пацієнта. У своєрідному дистанціюванні через наратив про іншого реалізується найбільша вигода застосування психоаналізу в медіа, уникаючи сповідальності чи різних технік пропрацювання, безпосереднього проговорення, гештальт-терапії, як це зазвичай відбувається в психоаналітичній терапії. Медіатехнології з опорою на окремі аспекти психоаналізу продуктивно перетворюють отримувача інформації на учасника або свідка соціальної комунікації «на відстані», у такий спосіб ненав'язливо спонукаючи до себе-переосмислення й розуміння. Скажімо, досвід травми, насильства, образи, відчаю тощо на прикладі осібної розповіді може бути корисний для широкого кола комунікантів, зреалізований у різних формах медіа. Отже, іде мова про те, що отримувач інформації у медіапродуктах шукає відповідей, а то й конкретних вирішень численних життєвих ситуацій. Такі пошуки закономірно супроводжуються дослідженням свідомих, несвідомих, раціональних, ірраціональних, афективних реакцій, розв'язуючи конфлікти, протиріччя, проблеми індивіда.

Вільні асоціації є однією з базових категорій, що забезпечують інтеграцію медіа та психоаналізу. Запроваджений З. Фройдом прийом вільного асоціювання як спосіб вивільнення в невимушеній розмові неусвідомленого, добре проєктується й на медійний дискурс. Відповідно до поглядів З. Фрейда застосування прийому вільних асоціацій, реалізований у невимушеній розмові / діалозі, дозволяє виокремити вагомі компоненти неусвідомленого в пацієнта, з'ясувати приховані мотиви вчинків, несвідомі потяги через вільне асоціативне проговорювання з метою уникнення подальших неврозів і психічних розладів. У такий спосіб відбувається вивільнення несвідомих проблем, образ чи травм як своєрідний акт саморозкриття й навіть самоцензури через розмовну психотерапію (talking therapy), що в медійному дискурсі

також вдало апробується системою розмовотерапії в основному через інтерв'ювання. В. Холлвей і Т. Джефферсон науково осмислили цей психосоціальний феномен психологічного інтерв'ювання в контексті прийому вільних асоціацій як одного з базового в психоаналітиці. Щоправда, реалізація вільного асоціювання може бути зреалізована, на думку вчених, лише в процесі проведення поглибленого особистого інтерв'ювання (face-to face interview in-depth) [16, с. 298]. Метод оповідального інтерв'ю з вільними асоціаціями (free association narrative interview (FANI)) передбачає систему добре продуманих навідних запитань, що мають структурувати розповідь, тобто спрямувати наратив на проговорювання конкретно встановленої теми, а не вільного й не структурованого виговорювання, як це відбувається в психоаналізі. У єдиному змістовому зчепленні з вільним асоціюванням у процесі поглибленого інтерв'ювання набувають важливості й інші засадничі як для психоаналізу, так і для медіа категорії мови та пам'яті. Зазначене має великий вплив на ступінь порозуміння між інтерв'юером та інтерв'ююваним (але не респондентом, на чому акцентують увагу В. Холлвей і Т. Джефферсон).

У фокус наукових зацікавлень медіа та психоаналізу дедалі частіше потрапляють вагомні для обох сфер категорії супротиву, бунту, опору, волі, свободи, тиску, довіри / недовіри, маніпуляції, компромісу, поступу, адаптації тощо. Названі категорії якнайпродуктивніше формують дискурс суперечностей і конфліктів, що їх можливо розв'язати засобами психоаналізу, водночас прийнятними для соціального обговорення / проговорення на рівні окремих груп, суспільств, націй у медійних континуумах.

Окремої важливості набувають медійні повідомлення про категорію травми, що завжди актуальна для українського постколоніального дискурсу. Медійний контент, використовуючи засоби психоаналізу, здатний проговорити травму, травматичний досвід і пам'ять про травму не гірше, ніж психоаналітична практика у межах лікувальної терапії. Більше того, якщо психотерапія здебільшого спрямована на пропрацювання травматичного минулого певного індивіда, то медійний дискурс впливає на широку аудиторію. Залучаючи різноманітні форми наративів, медійні технології, подібно клінічному психоаналізу, спроможні до виговорення / вивільнення / пропрацювання колективних травм, актуальних для великих груп, суспільства або нації в цілому. Медійна репрезентація травми забезпечує постійне й неперервне її перекодування, переосмислення, формування нових візій. Враховуючи позицію А. Міка, що травма виступає «не лише свідченням конкретних подій і досвіду, а й постійної боротьби за уявлення про минуле» [22, с. 10], медіа представляють альтернативну платформу для постійного й всебічного її обговорення, осмислення, ревізії.

Хоча засновки до осмислення колективної і культурної травми були напрацьовані ще в працях Т. Адорно, В. Беньяміна, З. Фрейда, К. Г. Юнга, ця категорія залишається актуальною й на початку XXI ст., враховуючи величезний вплив і можливості медіа на життя людини. Щоправда, на думку А. Міка, медійне висвітлення травми має прагнути до об'єктивності, представляючи своєрідну форму посередництва, але обов'язково повинно уникати повторного травмування. Правомірною є думка дослідника, що медіа, попри потужні можливості й потенціал до проговорювання й умовного психічного зцілення груп, суспільства і навіть націй, все ж часто вдаються до відновлення «символічних ран» (Г. Рохайм). Із цього приводу А. Мік слушно зауважує, що будь-які медіазображення – фотографії, документальні фільми, телевізійні новини та відеоповідомлення – «можуть викликати або передавати травматичний досвід» [23, с. 92]. З метою уникнення повторного травмування будь-яке висвітлення травматичних ситуацій, конфліктів, суперечностей має супроводжуватися об'єктивним коментарем або оцінкою подій. Важливо не лише висвітлити проблему, розказавши й продемонструвавши її медійними засобами, але передусім змусити індивіда до її осмислення або переосмислення.

Висновки та перспективи. Отже, психоаналіз, проникаючи в різні сфери життєдіяльності індивіда, виробляє свої платформи для методологічної взаємодії. Засо-

би медіа употужнюють і вагомо сприяють поширенню методів, технологій і прийомів психоаналізу. Координуючи принципи організації людської психіки, що здатна до запам'ятовування й специфічного відтворення важливих подій, явищ, інформації, з основними медійними процесами та технологіями, що забезпечуються засобами фотомистецтва, кіно, аудіо, відео та текстових повідомлень, радіо, телебачення, інтернету, стало можливим виокремлювати спільність методологічного апарату медіа та психоаналізу. Комунікація, наратив, різні форми розмовотерапії (діалог, полілог, бесіда, інтерв'ю), обговорення суспільно значущих проблем, конфліктів, травм індивіда, групи, соціуму, нації – одні з базових понять, що уможливають взаємодію медіа та психоаналізу. Необхідною умовою для інтеграції медіа та психоаналізу є наявність відповідного медійного матеріалу, що зумовлює застосування методів, прийомів і принципів психоаналітичного декодування.

Реалізуючи комунікацію як одну з базових потреб індивіда, медіа, залучаючи різні прийоми й засоби (розмовотерапія, обговорення, розсекречення, вивільнення емоцій, вільне асоціювання, представлення подій у різних фокусах, специфічне наративування тощо), сприяють процесам його саморозвитку, самопізнання, переосмислення, розтравмування. Принцип доступності до інформації та знань у медійному континуумі символічно метафоризується в образ доступної широким масам «кушетки», слугуючи своєрідною платформою для проговорення / виговорення / пропрацювання больових точок індивіда, групи, соціуму, нації. Способи й форми представлення, а також умови широкого розповсюдження та інтеграції психоаналізу в медійну сферу становить перспективу подальших наукових студій, що можуть бути реалізовані в майбутньому.

1. Бідюк О. Психоаналіз у системі комунікативних технологій сучасності. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Культура і соціальні комунікації. 2009. Вип. 1. С. 13–20.
2. Вертель А. Філософія психоаналізу : навч. посіб. Суми : Видавництво СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 208 с.
3. Зборовська Н. Психоаналіз і літературознавство. Київ : Академвидав, 2003. 392 с.
4. Константук В. Freud and Lacan as Media Theorists or What Media Can Say About Psychoanalysis and Psychoanalysis – About Media. Topos. 2020. № 3. С. 189–205.
5. Кошелюк О. Комунікативний психоаналіз як медіатехнологія. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2013. № 2. С.16–20.
6. Кузнецова О. Психологічні тригери в ЗМІ : поняття, особливості, види, протистояння їх впливу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. 2017. № 883. С. 33–38.
7. Лапланш Ж. Словарь по психоанализу. Москва : Высшая школа, 1996. 623 с.
8. Психологічна енциклопедія / автор-упорядн. О. Степанов. Київ : Академвидав, 2006. 424 с.
9. Росінська З. Самотожність реципієнта. Психоаналітичні точки зору. Література. Теорія. Методологія. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. С. 312–332.
10. Фройд З. Вступ до психоаналізу. Київ : Основи, 1998. 709 с.
11. Derrida J., Mehlman, J. Freud and the Scene of Writing. Yale French Studies. 1972. No. 48. Pp. 74–117. URL : <https://www.scribd.com/document/198444613/Derrida-Freud-and-the-Scene-of-Writing#>
12. Doane M. A. Emergence of Cinematic Time. Modernity, Contingency, the Archive. Cambridge : Harvard University Press, 2002. 289 p.
13. Emmert-Streib F., Yli-Harja O., Dehmer M. Utilizing social media data for psychoanalysis to study human personality. Front Psychol. 2019. No. 15. URL : <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.02596/full>.
14. Elsaesser T. Freud as media theorist: mystic writing-pads and the matter of memory. Screen. 2009. No. 50 (1). Pp. 100–113.
15. Highmore B. Michel de Certeau and the possibilities of psychoanalytic cultural studies. In : Bainbridge, C., Radstone, S., Rustin, M., Yates, C. (eds.). Culture and the unconscious. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2007. Pp. 88–101.
16. Hollway W., Jefferson, T. Doing qualitative research differently. Free association, narrative and the Interview method. London: Sage, 2000. 166 p.

17. Johanssen J. *Psychoanalysis and Digital Culture : Audiences, Social Media, and Big Data*. London : Routledge, 2021. 216 p.
 18. Johanssen J. Towards a Psychoanalytic Concept of Affective-Digital Labour. *Media and Communication*. 2018. No. 6 (3). Pp. 22–29. URL: <https://doi.org/10.17645/mac.v6i3.1424>.
 19. Johanssen J. Media Research and Psychoanalysis: A Suggestion. *International Communication Gazette*. 2016. No. 78 (7). Pp. 688–693. URL: <https://doi.org/10.1177/1748048516655730>.
 20. Kittler F., Friedrich A. “The World of the Symbolic – A World of the Machine”, in: (Ed.) John Johnston. *Literature, Media, Information Systems*, London and New York : Routledge, 1997. Pp. 130–146. URL: https://monoskop.org/images/2/2d/Kittler_Friedrich_1997_The_World_of_the_Symbolic-A_World_of_the_Machine.pdf.
 21. Lacan J. *The Seminar of Jacques Lacan. Book II : The Ego in Freud’s Theory and in the Technique of Psychoanalysis 1954–1955*, ed. Jacques-Alain Miller, trans. Sylvana Tomaselli. London and New York : W.W. Norton & Company, 1991. 284 p.
 22. Meek A. *Trauma and media: theories, histories, and images*. New York : Routledge, 2010. 232 p.
 23. Meek A. Media traumatization, symbolic wounds and digital culture. *Communication and Media*. 2016. No. 11 (38). Pp. 91–110.
1. Bidiuk, O. (2009), “Psychoanalysis in the system of modern communication technologies”, *Naukovi Zapysky Natsionalnoho Universytetu «Ostrozka akademiia»*. Seriiia : Kultura i Sotsialni Komunikatsii [Scientific Notes of the National University «Ostroh Academy». Series: Culture and Social Communications], vol. 1, pp. 13–20.
 2. Vertel, A. (2015), *Philosophy of Psychoanalysis*, Publishing House of the Sumy DPU named after A. S. Makarenko, Sumy, 208 p.
 3. Zborovska, N. (2003), *Psychoanalysis and Literary Studies*, Akademydav, Kyiv, 392 p.
 4. Konstantiuk, V. (2020), “Freud and Lacan as Media Theorists or What Media Can Say About Psychoanalysis and Psychoanalysis – About Media”, *Topos*, vol. 3, pp. 189–205.
 5. Kosheliuk, O. (2013), “Communicative Psychoanalysis as Media Technology”, *Derzhava ta Rehiony*. Seriiia: Sotsialni Komunikatsii [State and Regions. Series: Social Communications], vol. 2, pp. 16–20.
 6. Kuznetsova, O. (2017), “Psychological triggers in the media: concept, characteristic, types, opposition to their influence”, *Visnyk Natsionalnoho Universytetu «Lvivska politehnika»*. Seriiia: Zhurnalistski Nauky [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Series: Journalistic Sciences], no. 883, pp. 33–38.
 7. Laplansh, ZH. (1996), *Dictionary of Psychoanalysis*, Higher School, Moscow, 623 p.
 8. *Psychological Encyclopedia (2006)*, (Ed.) O. Stepanov, Akademydav, Kyiv, 424 p.
 9. Rosinska, Z. (2008), “Self-identity of the recipient. Psychoanalytic points of view”, in D. Ulytska (Eds.), *Literature. Theory. Methodology*, publishing house “Kyiv-Mohyla Academy”, Kyiv, 543 p.
 10. Froid, Z. (1998), *Introduction to Psychoanalysis, Basics (Osnovy)*, Kyiv, 709 p.
 11. Derrida, J. & Mehlman, J. (1972), *Freud and the Scene of Writing*, *Yale French Studies*, no. 48, pp. 74–117, available at: <https://www.scribd.com/document/198444613/Derrida-Freud-and-the-Scene-of-Writing#>.
 12. Doane, M.A. (2002), *Emergence of Cinematic Time. Modernity, Contingency, the Archive*, Cambridge : Harvard University Press, 289 p.
 13. Emmert-Streib, F., Yli-Harja, O., & Dehmer, M. (2019), “Utilizing social media data for psychoanalysis to study human personality”, *Front Psychol*, no. 15. available at : <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.02596/full>.
 14. Elsaesser, T. (2009), “Freud as media theorist: mystic writing-pads and the matter of memory”, *Screen*, no. 50 (1), pp. 100–113.
 15. Highmore, B. (2007), “Michel de Certeau and the possibilities of psychoanalytic cultural studies”, *Culture and the unconscious*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, pp. 88–101.
 16. Hollway, W. & Jefferson, T. (2000), *Doing Qualitative Research Differently. Free Association, Narrative and the Interview Method*, London, Sage, 166 p.
 17. Johanssen, J. (2021), *Psychoanalysis and Digital Culture: Audiences, Social Media, and Big Data*, London, Routledge, 216 p.
 18. Johanssen, J. (2018), “Towards a Psychoanalytic Concept of Affective-Digital Labour”, *Media and Communication*, no. 6 (3), pp. 22–29, available at: <https://doi.org/10.17645/mac.v6i3.1424>.
 19. Johanssen, J. (2016), “Media Research and Psychoanalysis: A Suggestion”, *International Communication Gazette*, no. 78 (7), pp. 688–693, available at : <https://doi.org/10.1177/1748048516655730>.

20. Kittler, F. & Friedrich, A. (1997), "The World of the Symbolic – A World of the Machine", (Ed.) John Johnston in : Literature, Media, Information Systems, London and New York, Routledge, pp. 130–146, available at: https://monoskop.org/images/2/2d/Kittler_Friedrich_1997_The_World_of_the_Symbolic-A_World_of_the_Machine.pdf.

21. Lacan, J. (1991), The Seminar of Jacques Lacan. Book II: The Ego in Freud's Theory and in the Technique of Psychoanalysis 1954–1955, (Ed.) Jacques-Alain Miller, trans. Sylvana Tomaselli, London and New York, W.W. Norton & Company, 284 p.

22. Meek, A. (2010), Trauma and Media: Theories, Histories, and Images, New York, Routledge, 232 p.

23. Meek, A. (2016), "Media traumatization, symbolic wounds and digital culture", Communication and Media, no. 11 (38), pp. 91–110.

UDC 007: 616.89

MEDIA AND PSYCHOANALYSIS: METHODOLOGICAL INTERACTION

Chernysh Anna, PhD (Philology), Senior Lecturer,
Sumy State University, 116, Kharkivska Str., Sumy, 40000, Ukraine, e-mail: an.chernysh@journ.sumdu.edu.ua.
ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-6183-7312>.

Introduction. Various areas of media significantly effects on person in the 21st century, using numerous tools of communication and influence. There are quite a lot of media technologies that productively apply the theory and practice of psychoanalysis, its basic techniques, principles and tools, which proves the methodological interaction between media and psychoanalysis. The media sphere is an effective platform for successful discussion of many problems, which makes it closer to psychoanalysis as a theory of talk therapy, that is capable to free the human of unconscious, fears, anxieties, insecurities, and traumas.

Relevance of research. The relevance of the presented materials is determined by studying the possibilities of mass media to accumulate and transmit information, interpret it, create numerous focuses and visions of presenting events, influence the recipient of information by tools, methods, techniques and technologies productively used by psychoanalysis – discussion, transference, distancing, manipulation, trauma.

Results and discussion. A main condition that ensures the intraction between the socio-communication continuum and psychoanalysis is the presence of appropriate media material. The methods, techniques, and tools of psychoanalysis are quite appropriate to use in the process of analysis and interpretation of stereotypes, symbols, identification, categories of fear, anxiety, complex, death, justice, desire, destruction, deviation, pathology, addiction, trauma, which are widely expressed in various types of media – photography, cinema, audio, video and text messaging, radio, television, the Internet.

Conclusions and prospects. The media productively implement communication, various narratives, numerous forms of talking therapy (dialogue, polylogue, conversation, interview), discussion of socially significant problems, conflicts, individual, group, society, nation traumas, the interpretation of which is possible and expedient from the standpoint of the theory of psychoanalysis.

Keywords: *media, psychoanalysis, interaction, methods, techniques.*

Стаття надійшла до редакції 09.05.2023