

# НАРАТИВНА СОЦІОТЕРАПІЯ В ПРЯМОМУ ЕФІРІ

*З. С. Карпенко*

професор кафедри соціальної психології та психології розвитку  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

В інформаційну добу епохи Постмодерну надзвичайно розширилася мережа і зросла роль засобів масової комунікації, посилилися можливості обміну як фактологічними відомостями, так і різноманітними суб'єктивними версіями їхньої презентації. Інтерпретаційна рамка, в яку поміщений «голий» факт, може до невпізнанності змінити прототип повідомлення, перекрутити автентичну мотивацію учасників певних подій, відтак на базі єдиної фактологічної основи може бути сконструйовано практично безмежну кількість особистих і соціальних наративів, які продукують чи поділяють люди зі спільною ідеологією та спорідненою культурою.

Велике значення для формування таких соціальних наративів і розповсюдження політологічних та культурологічних дискурсів певного ідеологічного й ціннісно-орієнтаційного змісту мають популярні нині телевізійні ток-шоу, сугестивний вплив яких на аудиторію важко переоцінити.

У цьому контексті звертає на себе увагу теорія масових емоцій Д. Муазі [2], що стала широко відомою в Україні завдяки книжці авторитетного тележурналіста С. Шустера [3]. Політолог і почасти соціальний психолог Д. Муазі вважає, що рушійною силою і предиктором революційних змін у суспільстві виступають емоції страху, приниження і надії, специфічна комбінація й інтенсивність яких свідчить про найактуальніші інтенції (потреби і прагнення різних груп громадян) та призводить до потужної ментальної консолідації та їхнього революційного (організованого чи стихійного) зрушення (від мирного, інституційно врегульованого спротиву до збройної боротьби за владу).

Натхнений цією теорією, С. Шустер провів широкомасштабний соціальний експеримент у прямому ефірі (всього 46 ток-шоу із загальною

кількістю запрошених за квотним принципом 4600 осіб). Глядачам у студії було запропоновано відповісти на запитання: «З якою емоцією ви прийшли у (або: покидаєте) студію: з емоцією страху перед завтрашнім днем, надії на завтрашній день чи приниження через умови, в яких живете?» В результаті порівняння семантики переживань до початку і в кінці телепрограми її автор доходить невтішного висновку про зростання тривожності, депресивності і зменшення кількості оптимістичних прогнозів на час завершення ток-шоу. С. Шустер пояснює цю негативну емоційну динаміку зовнішніми соціальними факторами, сторонніми щодо нарративної структури самого ток-шоу. Проте особливості режисури і мовленнєвої поведінки ведучого й активних учасників телепрограми (запрошених гостей – лідерів політичних партій, державних чиновників, громадських активістів, експертів та ін.) дозволяють обґрунтувати тезу про специфічні критерії конструювання в прямому ефірі позитивних (що, на жаль, можна побачити рідко на українських телеекранах) чи негативних соціальних нарративів.

Так, у наративах песимістичного спектру присутні такі ознаки, як гіперболізація проблем і нагнітання катастрофічних очікувань, проектування апокаліптичних футуристичних сюжетів розвитку подій, тотальне звинувачення опонентів, особливо представників попередньої влади, перекладання відповідальності за актуальний стан справ у державі на виняткову історичну долю, ексклюзивне геополітичне становище, існування споконвічних ворогів, підкреслення історичної тягlosti «філософії зради» тощо. Становленню песимістичного нарративу сприяють такі чинники: підкреслено нейтральна, відсторонена (як у психоаналізі) позиція ведучого і керівника проекту С. Шустера; влучне привертання уваги до протиріч в аргументації опонентів, що підтримує конфронтаційний тонус дискусії; обговорення резонансних тем і подій представниками різних політичних сил, що забезпечує поляризацію цінностей і цілей, протиставлення економічних інтересів різних груп населення; акцент на труднощах і проблемах та замовчування позитивних змін;

толерування недовіри до владних інститутів замість їх підсилення громадським контролем.

Натомість позитивний соціальний наратив передбачає організацію конфліктного *діалогу* [1], в якому конфронтація і взаємне поборення учасників не є самоціллю, а символізує поворотний момент на кшталт рішення «Так жити не можна!» з продукуванням конструктивних ідей та заклик до співпраці на базі поцінування корисних ініціатив і окремих успіхів представників іншого табору (влади, партій, громадських об'єднань). Режисура такого ток-шоу повинна передбачати відповідний склад учасників; відбір тем, історій та відеосюжетів, спрямованих на знаходження консенсусу і здатних об'єднати людей у студії та поза нею; адекватних риторичних ходів ведучого, який володіє тактом і високим емоційним інтелектом.

Зазначене додає до професійної позиції тележурналіста як ведучого політичних ток-шоу готовність бути фасилітатором конфліктного діалогу задля нарації продуктивного сценарію суспільного розвитку. З урахуванням цієї обставини слід підсилити професійну, власне психологічну, підготовку майбутніх журналістів, аби погоня за рейтингом телепередач, все ще наявна залежність від власників медіа не знівелювала вимогу журналістської етики й усвідомлення новітньої – соціотерапевтичної – функції медіа в прямому ефірі політичних ток-шоу.

#### **Література:**

1. Келлет П. Конфликтный диалог: работа с пластами значений для продуктивных взаимоотношений. Харьков : Изд-во «Гуманитарный Центр, 2010. 416 с.
2. Моизи Д. Геополитика эмоций. Как культуры страха, унижения и надежды трансформируют мир. Москва : Московская школа политических исследований, 2010. 216 с.
3. Шустер С. Свобода слова против страха и унижения. Социальный эксперимент в прямом эфире и первая карта эмоций Украины. К. : Брайт Стар Паблшинг, 2018. 304 с.