

SURPLUS-JOUISSANCE КАК ПРОДУКТ ДИСКУРСА SURPLUS-JOUISSANCE AS A PRODUCT OF DISCOURSE

Аннотация: Цель исследования – обнаружение *jouissance* как продукта дискурса в теории дискурсов Лакана, подразумевающей варианты коммуникации между субъектами как единичными, так и коллективными. Последствием дискурса можно назвать *surplus jouissance*, который не имеет ничего общего с истиной, приводящей дискурс в движение, но является необходимым следствием и основой того, что замыкает дискурс в его вечное возвращение.

Ключевые слова: Лакан; психоанализ; дискурс; коммуникация; марксизм; *jouissance*.

Abstract: The aim of the research is to consider *jouissance* as a product of discourse in Lacan's discourse theory, implying ways of communication between subjects, both singular and collective. *Surplus jouissance*, having little to do with the truth, could be considered as a consequence and a starting power of each discourse. It is a necessary consequence nonetheless, which closes discourse in its eternal repetition.

Keywords: Lacan; psychoanalysis; discourse; communication; Marxism; *jouissance*.

Тезис 1. Теорию дискурсов Лакана следует понимать по большей части как формальную систему, отражающую определенные модели фундаментальных взаимоотношений, выливающиеся в определенные социальные связи. Сам по себе дискурс пуст, он состоит из структуры, детерминирующей содержание, которым он впоследствии наделяется. Каждый дискурс, включая капиталистический, состоит из четырех позиций, они состоят в фиксированных отношениях по отношению друг к другу (рис. 1) [2, p. 258].

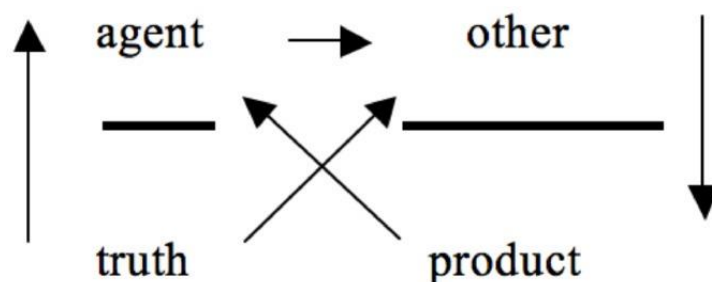


Рис. 1. Позиции дискурса

Каждый дискурс начинается с чьей-то речи, и тот, кто говорит, называется агентом (agent). Тот, с кем говорит агент, – другой (other). Это базовые элементы, содержащиеся в любой теории коммуникации, и дискурс, в первую очередь отражающий именно коммуникативный аспект того, что называется человеческими взаимоотношениями, также не обходится без этих фундаментальных составляющих.

В ходе этого базового отношения говорящего к другому, где речь говорящего преследует определенную цель, формируется продукт (product), определенный результат коммуникации. Последняя позиция, истина (truth), отсылает нас к психоаналитическому прочтению коммуникативного процесса, истина – это то, что дает толчок к формированию дискурса, это то, с чего начинается речь, и то, что составляет ее сущность, зачастую неизвестную самому говорящему субъекту. Этот скрытый элемент мотивирует действия агента и порождает возможность социальных связей, отображенных в верхней части схемы. Стрелка, направленная вверх, отображает это отношение истины и агента.

Тезис 2. У введения этой инстанции движущей силы дискурса есть последствия: коммуникативная последовательность дискурса нарушается. Так, истина не транслируется агентом через сообщение, направленное другому, которое впоследствии превращается в продукт, возвращающийся к агенту. Истина дается другому без прямого посредничества агента. В теории Лакана не существует истины, которую легко переложить в слова. Полная вербализация невозможна, поскольку первичное подавление оставляет истину вне царства языка. Никогда полностью не высказанная, истина заставляет говорящее существо говорить бесконечно, замыкает его в попытке вербализировать невербализируемое. Это, кроме того, превращает каждый дискурс в вечный двигатель. Будучи открытой структурой, отмеченной невосполнимой нехваткой, он вращается без надежды на финальную реализацию.

Боковая стрелка, направленная вниз, обозначает, что несмотря на то, что агент не адресует другому истину, у этого обращения существует эффект – продукт. Продукт питает агента, но не сообщается с истиной, которая приводит все в движение [2, р. 258]. И в этом смысле если продукт и удовлетворяет какую-то нужду агента, то только нужду сфабрикованную.

Семинары XVIII и XIX вв. предлагают посмотреть на устойчивую структуру дискурса под другим углом (рис. 2) [3, р. 67, 193]. Переиначивая свою схему, Лакан заменяет «агента», «другого» и «продукт» на «видимость» (semblance), «jouissance» и «surplus-jouissance». Неизменными остаются их отношения и «истина».

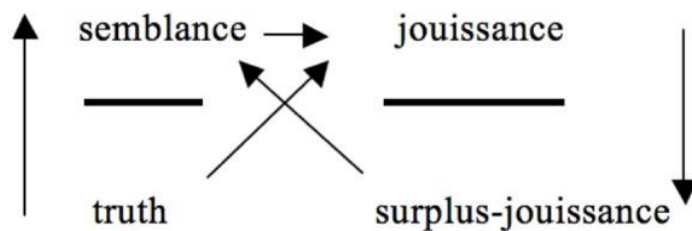


Рис. 2. Устойчивая структура дискурса

Замена агента на видимость подчеркивает, что дискурс разворачивается, когда кто-то подделывает позицию по отношению к другому; видимость – это базовое понятие, с помощью которого экономика дискурса регулирует себя. Видимость принадлежит внешнему и (здесь Лакан не оригинален) находится в противопоставлении к сущности. Видимость принадлежит Воображаемому, это своеобразный мир внешнего, который, впрочем, отделен от Символического. Видимость – очень важная составляющая социальных взаимоотношений. «Дискурс как таковой – это всегда дискурс видимости» [3, p. 176]. В самом явлении видимости, определенного представления, лежит определенное удовольствие, это удовольствие притворяться (*faire semblant*). Так, дискурс господина становится возможен в том числе потому, что некто или нечто создает определенную видимость: встает в позицию отдающего приказы.

Библиографический список

1. Lacan, J. *On Psychoanalytic Discourse* / J. Lacan. – Milan : Lacanin Italia, 1972. – 357 с.
2. Lacan, J. *The Seminar of Jacques Lacan, Book XVII: The Other Side of Psychoanalysis* / J. Lacan. – New York : Norton, 1969–1970. – 224 с.
3. Lacan, J. *The seminar of Jacques Lacan : Book XIX : ...Or worse, 1971–1972* / J. Lacan ; Trans. by C. Gallagher. – 183 с.