

Ніклас Луман

Реальність мас-медіа

УДК 140:316.774
ББК 60.56

Л 84

ISBN 978-966-2123-21-0

Луман Ніклас

Л 84 Реальність мас-медіа. / За ред. Іванова В. та Мінакова М. – К.: ЦВП, 2010 – 158 с.

Німецький філософ, соціолог та юрист Ніклас Луман (1927–1998) вважається одним з найвпливовіших дослідників мас-медіа нашої доби. Він був тим мислителем, який чи не найсильніше вплинув на сучасне розуміння взаємозв'язку суспільства, політики, культури та медіа.

Книга «Реальність мас-медіа» вперше вийшла 1996 року в Німеччині і стала бестселером, витримавши кілька перевидань. Ця праця є фундаментальним твором і розглядає мас-медіа та медіа-суспільство з досить несподіваної точки зору: розробленого самим Н. Луманом системного підходу. Найбільш відома цитата з цієї книги, яка розкриває сутність медіа-суспільства, звучить так: «Те, що ми знаємо про наше суспільство, і навіть про світ, в якому ми живемо, ми знаємо з мас-медіа».



DIE HERAUSGABE DES BUCHES WURDE UNTERSTÜTZT VOM
ЦЕ ВИДАННЯ ЗДІЙСНЕНО ЗА ПІДТРИМКИ
ÜBERSETZUNGSPROGRAMM DES GOETHE-INSTITUT KIEW
ПРОГРАМИ ПЕРЕКЛАДІВ ГЕТЕ-ІНСТИТУТУ І
UND DER INTERNATIONAL RENAISSANCE FOUNDATION
МІЖНАРОДНОГО ФОНДУ "ВІДРОДЖЕННЯ"



GOETHE-INSTITUT
KIEW

ISBN 978-966-2123-21-0

© VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH,
Wiesbaden 2004

© Академія Української Преси, 2010

© ЦВП, 2010

© Переклад В. Климченко, 2010

ЗМІСТ

Валерій Іванов. <i>Комунікаційний світогляд Нікласа Лумана</i>	4
Михайло Мінаков. <i>Соціальна система, комунікація і масмедії: творення суспільної реальності</i>	12
<i>Передмова</i>	23
<i>Глава I. Відокремлення як подвоєння реальності</i>	24
<i>Глава II. «Самореференція» і «інореференція»</i>	33
<i>Глава III. Кодування</i>	39
<i>Глава IV. Системно-специфічний універсалізм</i>	50
<i>Глава V. Новини і коментарі</i>	53
<i>Глава VI. Випадок Рікуперо</i>	72
<i>Глава VII. Реклама</i>	74
<i>Глава VIII. Розвага</i>	81
<i>Глава IX. Єдність і структурні поєднання</i>	95
<i>Глава X. Індивіди</i>	103
<i>Глава XI. Конструкція реальності</i>	108
<i>Глава XII. Реальність конструкції</i>	121
<i>Глава XIII. Функція мас-медіа</i>	128
<i>Глава XIV. Публічність</i>	137
<i>Глава XV. Утворення схем</i>	142
<i>Глава XVI. Кібернетика другого порядку як парадокс</i>	152

КОМУНІКАЦІЙНИЙ СВИТОГЛЯД НІКЛАСА ЛУМАНА

Цікавим є підхід до комунікації видатного німецького філософа Н. Лумана. На його думку, комунікація «здійснюється за допомогою трьох різних селекцій, а саме: селекції інформації, селекції повідомлення цієї інформації та селективного розуміння або нерозуміння цього повідомлення та його інформації» [Луман Н., 1995]. Зокрема, він вважав, що ці компоненти перебувають у тісному взаємозв'язку. Ніклас Луман висловлював ще низку цікавих, хоча і суперечливих ідей. Наприклад, про те, що «комунікація не має жодної мети», тому що є кільцевою, аутопойетичною системою [Луман Н., 1995]. Водночас він дискутував з Ю. Хабермасом, вважаючи, що його теорія раціональності комунікативної дії, згідно з якою комунікація націлена на консенсус, є хибною. Замість цього він запропонував тезу про ризикованість комунікацій, тобто про те, що загострюється питання чи буде повідомлена і зрозуміла інформація прийнята або відхилена.

Ніклас Луман поділяв комунікацію на повідомлення та інформацію. Водночас «повідомлення – є те, що прагне піднести мені мій комунікативний партнер, наприклад, спробувати мене дезінформувати чи маніпулювати мною; інформація – це те, що я сприймаю в його повідомленні, те, що змінює комунікацію, змушує протікати її по-іншому, наприклад, якщо я розпізнаю спробу мене дезінформувати» [Луман Н., 2010: XI]. Особливо одночасно виокремлювалася роль розуміння, як засобу диференціації інформації та повідомлення, тобто виокремлення в комунікації потрібного для індивіда від потрібного для партнера.

Ніклас Луман вважав, що поняття мас-медіа має тенденцію до розширення. «У подальшому терміном мас-медіа будуть позначатися всі інституції суспільства, які для поширення комунікації використовують технічні засоби розмноження» – писав він [Луман Н., 2010: I]. Тут, передусім, малися

на увазі результати тиражування будь-якої друкованої продукції для заздалегідь невизначених адресатів. У разі загальнодоступності під категорію «мас-медіа» підпадали також повідомлення в ефірі. Водночас Н. Луман виключив з поля масової комунікації випадки загальнодоступності комунікаційного простору (лекції, театральні та інші подібні вистави, концерти, зокрема розповсюдження матеріалів про ці виступи на касетах та дисках). Причиною такого обмеження є те, що, на думку німецького вченого, тільки машинне виробництво носіїв комунікації призвело до появи мас-медіа. Він вважає, що для процесу масової комунікації технологія має те ж значення, що для сфери економіки опосередкована функція грошей. Саме технології поширення комунікацій, які виключали міжособистісні інтеракції на користь масовокомунікаційної, були покладені в основу відокремлення системи мас-медіа. Отож, писемність власне не створює масову комунікацію, але її створює книгодрукування. Крім цього, наявна чудова думка про те, що «не може відбуватися жодної інтеракції між передавачем та реципієнтами», яка виключена через посередництво техніки [Луман Н., 2010: I]. Це непогана відповідь тим, хто поєднує різні типи комунікації (особливо, міжособистісну і масову). Зрозуміло, за підсумками масовокомунікаційного обміну може відбутися міжособистісна комунікація та спроби зворотного зв'язку. *«Але від неї більше не залежить успіх планомірної комунікації. Таким чином, у галузі мас-медіа виникає аутопойетична самовідтворювана система, яка більше не залежить від передачі в процесі інтеракції між присутніми»* [Луман Н., 2010: III]. Крім цього, Н. Луман відзначав амбівалентний характер реальності мас-медіа. Реальна реальність мас-медіа полягає в їх власних операціях, передусім, в їх комунікаціях. Інший сенс реальності мас-медіа філософ вбачає у тому, що для мас-медіа і завдяки ним вона виглядає як реальність. Тобто мас-медіа виробляють трансцендентну ілюзію. Крім цього, Н. Луман відзначав таку властивість мас-медійної інформації, як періодичність та лонгітюдність спостережень. Важлива функція – це породження і перероблення подразнень. Зокрема, періодичність відіграє важливу роль, тому що ми можемо бути впевнені в тому, що в майбутньому дізнаємося більше і детальніше про актуальні події. Мас-медіа існують у суспільстві, не вириваючись і не підвищуючись над ним. Водночас система мас-медіа коригує саму себе завдяки власному відокремленню і має універсальний характер, тобто вона «могла опікуватися всім тим, що можна тематизувати для власної комунікації... Не існує жодних фактів, які б за своєю суттю не були придатні для обговорення в мас-медіа» [Луман Н., 2010: IV].

Н. Луман виділяв таку важливу медійну функцію як управління за само-спостереженням за суспільною системою. В її основу покладений поділ суспільства і навколишнього світу. Н. Луман справедливо зауважив, що медіа постійно породжують і перероблюють роздратування. Водночас заперечувалися функції пізнання, соціалізації, прищеплення нормативного конформізму. Опублікована інформація втрачає власну цінність несподіванки і трансформується в неінформацію. У результаті діяльності медіа виникає уявлення про світ і суспільство, на які й орієнтується власне суспільство [Луман Н., 2010: XIII]. Про значення мас-медіа коротко і сильно сказав Н. Луман у перших рядках цієї книги. «Реальність мас-медіа» починається так: «Те, що нам відомо про наше суспільство і навіть про світ, в якому ми живемо, ми знаємо завдяки мас-медіа. Це стосується не тільки наших знань про суспільство та історію, але й наших знань про природу». Але, звичайно, це не означає, що людина повинна посідати пасивну позицію щодо медіа. Тому філософ продовжує: «Ми так багато знаємо про мас-медіа, що не можемо довіряти цим джерелам інформації. Ми захищаємося підозрою в маніпуляціях, проте ця підозра не має будь-яких серйозних наслідків, адже знання, яке ми черпаємо з мас-медіа, начебто саме по собі виростає в конструкцію, що вже несе сама себе. Навіть якщо до будь-якої інформації прикріпити ярлик сумнівів, ми все одно будемо змушені на ній ґрунтуватися і на неї посилатися. Вирішення цієї проблеми не можна знайти у виявленні якогось таємного ляльководи за лаштунками, як це часто відбувалось в романах жажів у 18 столітті, навіть якщо в це дуже хотіли б вірити соціологи. Тут ми маємо справу – і ця теза буде розвинена у подальшому – з ефектом функціональної диференціації сучасного суспільства» [Луман Н., 2010: I].

Справді, з одного боку, мас-медіа активно впливають на те, що ми знаємо (і не знаємо) про навколишній світ (наприклад, «ефект CNN»). З іншого, – людина – істота, яку можна навчити. Після першого періоду сліпої віри в медіа (теорія кулі), вона виробила критичне ставлення до них. Часто суспільство ніби пропускає повз себе інформацію, яка має, з точки зору медіа, сенсаційний характер. Власне Н. Луман згадував про випадок Рікуперо. Мається на увазі міністр фінансів бразильського уряду Рубенс Рікуперо. 3 жовтня 1994 р. у Бразилії повинні були відбутися нові вибори. За три місяці до цього уряд увів тверду валюту і зробив низку інших заходів із приборкання інфляції. Як запевняє уряд, це було зроблено не під вибори, а внаслідок планової роботи з оздоровлення економіки. Однак за місяць до виборів один із бразильських каналів за допомогою спеціальних антен перехопив розмову міністра фінансів із його кузеном (до речі, журналістом) і став передавати його в прямому ефірі. Під час цієї розмови міністр однозначно дав

зрозуміти, що публічне представлення програми уряду не відповідало його справжнім намірам. Вибухнув скандал, який був на перших сторінках бразильських медіа і телеканалів тривалий час. Зреагували бізнесмени (через курс на біржі), політики, медіа, всі, крім одного учасника політичного процесу – електорату. Відрив президента Бразилії Ф.Е. Кардозо від супротивника зберігся, і він вже у першому турі був обраний президентом на новий термін [Луман Н., 2010: VI].

З цим парадоксом пов'язаний феномен реклами, який Н. Луман назвав найзагадковішим у сфері мас-медіа. Він ставить риторичне запитання: «Як можуть заможні члени суспільства бути настільки дурними, щоб витратити немалі гроші на рекламу заради підтвердження своєї віри в дурість інших?», і продовжує: «Реклама намагається маніпулювати, вона працює неширо і припускає, що це припускають [інші]» [Луман Н., 2010: VII]. Водночас реклама не приховує власних мотивів, але приховує і відточує методи, якими користується для впливу на споживача. Завдання полягає в тому, щоб обійти когнітивну сферу людини. На думку Н. Лумана, реклама використовує для цього стислість звернення, виразність, швидку зміну тем і образів [Луман Н., 2010: VII].

В основу діяльності медіа покладена передача новинної інформації. Н. Луман досліджував фактори відбору новин: 1) інформація має бути новою і, бажано, несподіваною, повторення – небажаним; 2) перевага надається конфліктній інформації, яка породжує напруженість; 3) кількісні показники збуджують увагу, особливо якщо цифри порівнюються; зокрема, чим більші цифри, тим краще; 4) особливу вагомість повідомленням надає локальність інформації; 5) увагу привертає порушення норм (правових, етичних), які медіа репрезентують у вигляді скандалів; 6) до цього додаються моральні оцінки, за допомогою яких медіа виконують функцію зі збереження та відтворення моралі; 7) водночас увага приділяється діям (та чинним персонам), а не мотивам і причинам учинків; 8) вимога актуальності може спричинити повідомлення про події, які вже відбулися до моменту повідомлення, вимога рекурсивності – до того, що події беруться до уваги і в пізніших повідомленнях; 9) як особливий випадок, вираження думок теж може поширюватися під виглядом новин. На думку Н. Лумана, незважаючи на неоднорідність трьох стовпів мас-медіа (новини/репортажі, реклама, розваги) система медіа єдина. Неоднорідність ж полягає в різноманітті способів комунікації, втілення, виробництва роздратувань та інформації. Особливість ситуації полягає в тому, що мас-медіа є медіумами не в тому сенсі, що передають інформацію від того, хто знає, тому, хто не знає, а в

тому, що розвивають фонове знання, з якого можна виходити в подальшій комунікації. Особливістю мас-медіа є також те, що вони завжди і без виключень працюють над власною дискредитацією, заперечуючи, коментуючи і виправляючи самі себе. Крім цього, на думку Н. Лумана, мас-медіа є оперативно-замкнутими і тому аутопойетичними системами [Луман Н., 2010: V, IX, XVI].

Ніклас Луман, як і багато інших дослідників, звертав особливу увагу на маніпулятивну природу мас-медіа.

За Н. Луманом, теорія комунікації «стверджує таке: комунікація неймовірна. Вона є неймовірною, хоча ми щодня переживаємо і культивуємо її, більше того, ми не змогли б без неї вижити. Тому необхідно передусім досягнути неймовірності, що стала невидимою. Для цього потрібно зробити, так би мовити, контрфеноменологічне зусилля. Це завдання можна вирішити, якщо уявити комунікацію не як явище, а як проблему, якщо не підбирати поняття, яке задовольняє за можливості всі явища, а порушити питання про власне умови можливості комунікації» [за Щербина В. Н., 2001]. Водночас на шляху комунікації виникають численні перешкоди і проблеми. По-перше, неймовірним є те, що одна людина розуміє, що має на увазі інша (внаслідок автоматизації та індивідуалізації свідомості). По-друге, неймовірність є досягнення більшої кількості людей, що належать до конкретної ситуації (це відбувається насамперед через проблеми уваги, коли учасники не бажають продовжувати комунікацію). По-третє, ще однією неймовірністю Н. Луман вважав неймовірність успіху комунікації. Тобто для успіху, крім розуміння, необхідно ще прийняття комунікації. Комунікаційним успіхом він називав «сприйняття одержувачем селективного змісту комунікації (інформації) як передумови власної поведінки і приєднання до цього селективного змісту наступних, що лише посилює його селективність» [за Щербина В. Н., 2001].

Проте жодна соціальна система не може виникнути без комунікації, тому неймовірність останньої долається і трансформується в імовірність.

Одночасно існують три види неймовірності, які підсилюють одна одну. Тобто подолання однієї неймовірності зумовлює посилення іншої. Так, при розумінні комунікації виникає більше причин відмови від неї, при великій кількості учасників комунікації розуміння ускладнюється, а відмова спрощується. Отож, виникає проблема розвитку в умовах підсиленої несумісності потреб. Масова комунікація створює ілюзію, що ця проблема вже вирішена, хоча в реальності вона існує.

Ніклас Луман пропонує поняття посередників для позначення всіх типів закладів, які слугують для перетворення неймовірною комунікації в ймовірну, тобто для вирішення всіх трьох типів проблем. Передусім, це, звичайно, мас-медіа, тобто технічні канали зв'язку, які здатні донести інформацію до неprisутніх. Н. Луман також вважає такими посередниками мову, тому що вона сприяє розумінню комунікації на надіндивідуальному рівні. До цього ж належить і писемність. Н. Луман виокремлює символічно генералізованих посередників комунікації. Для різних сфер це можуть бути гроші, влада, вплив, ціннісні орієнтації, істина, любов.

Водночас мас-медіа селективно обмежують репертуар установок і мотивів, на що спираються інші системи суспільства (наприклад, система навчання). Одночасно Н. Луман підкреслював революціонізаційну роль друкарства [за Щербина В.Н., 2001]. Нові медіа також активно змінюють як громадські, так і особисті установки.

У власній концепції Н. Луман спробував об'єднати системну, еволюційну і комунікативну теорії. Особливу увагу було приділено системному підходу. У цьому випадку Н. Луман розрізняє органічні системи (життя), психічні системи (свідомість), соціальні системи (комунікація). Система існує завдяки тому, що вона відрізняє себе від навколишнього середовища. Водночас вона не сприймає і не адаптується під відмітне від себе оточення. Тому, система здатна реагувати тільки на себе і на власні комунікації. Система або функціонально розвиває себе, або гине. Складні системи здатні до самостійного розвитку і до самовідтворення системних процесів, тобто до аутопойезису (зокрема, до подолання самообмежень). Цікавим є погляд на суспільство: «Суспільство є системою, чутливою до навколишнього середовища, але оперативно закритою. Воно спостерігає тільки за допомогою комунікації. Воно не може нічого іншого, окрім як осмислено комунікувати і цю комунікацію регулювати за допомогою власне комунікації. Тому нашкодити воно може тільки собі» [Luhmann N., 1986: 63; за Назарчук А.В., 2002].

Згідно з Н. Луманом, аутопойетичні системи здатні створювати квазіефекти зовнішнього спостереження. Це вкрай важливо, тому що система не може оцінювати себе самостійно, її обмеженість сприймається тільки з іншої системи (або квазісистеми). Н. Луман називав це кібернетикою другого порядку. Провідну роль тут відіграє комунікація. Взагалі Н. Луман називав суспільство «всеосяжною системою осмислених комунікацій, що відсилають одна до одної» [Там само: 63]. Водночас, за Н. Луманом: «Поняття

комунікації означає у цьому разі не просто дію повідомлення, яке «переносить» інформацію, але особливу автопойетичну операцію, яка пов'язує три різні селекції, а саме інформацію, повідомлення і розуміння, в єдину емерджентну єдність, до якої можуть примикати і подальші комунікації» [Там само: 45-48]. Одночасно ключовими комунікаційними елементами є інформація, зміст, тема і повідомлення. Інформація є «відмітністю, що створює відмітності». Сенс впорядковує комуникативні семантики. Теми збуджують увагу. Повідомлення забезпечують поширення інформації.

Н. Луману належить позначення глобалізації як здатності пов'язати сучасну соціальну систему єдиними комунікаціями, що може означати найбільшу здатність соціальної системи на цьому етапі еволюції [Luhmann N., 1975: 51-71; за Назарчук А.В., 2002].

Цікавим є зауваження Н. Лумана про те, що мас-медіа не повинні розрізняти реальний світ і віртуальний, тобто той, який вони представляють. «Тому «реальність мас-медіа» не можна досягнути, якщо вбачати їхнє завдання у наданні адекватних інформацій про світ і оцінювати з цієї позиції їх провали, їх спотворення реальності, їх маніпуляції думками, – так, начебто було б можливе щось інше» [Луман Н., 2010: XIII].

Дослідники виділяють такі відмітні риси теорії Н. Лумана:

1. Технічні вимірювання та характеристики мас-медіа не обговорюються.
2. Теорія щодо мас-медіа має описовий, а не оцінювальний характер, тобто немає певної гуманітарної або іншої подібної парадигми медіа-контенту (хоча, на наш погляд, очевидним є екологічний характер поглядів німецького мислителя).
3. Принципова відмова від теорії, тобто мас-медіа, не відображають реальність, а конструюють її.
4. Критерії медійних оцінок містяться у сфері мас-медіа. Значення мас-медіа полягає в тому, що вони мають функцію самоспостереження суспільства (без цього неможливий саморозвиток); створюють сьогодення, на яке можна орієнтуватися; визначають теми, з якими зіштовхується суспільство (тобто є самостійною політичною й історичною силою); створюють систему устрою для суспільства, яка започатковує стабільність; створюють, власне кажучи, суспільну дійсність [Етика СМІ, 2003: 144].

Зрозуміло, що ключовими поняттями в теорії Н. Лумана є аутопойезис систем від біологічних до соціальних. Під цим розуміються їх самовідтворювання, самоорганізація, а також виняткова закритість. Система не здатна

зрозуміти себе ззовні. Взагалі, незрозуміле ставлення Н. Лумана до зовнішнього, за межами системи, світу. Сила соціальних систем саме в тому, що через створення системи квазізовнішнього спостереження (мас-медіа) вони здатні до самооцінки і розвитку. Взагалі, при розгляді комунікаційних поглядів Н. Лумана потрібно взяти до уваги, що він вважає їх за побічний продукт власної системної теорії. Н. Луман вважав, що будь-яка комунікація має неймовірний характер. Зокрема, неймовірність має декілька складових. І подолання однієї з них підсилює інші (наприклад, досягнувши розуміння комунікації, може посилитися її неприйняття). Соціальні ж структури покликані здолати неймовірність комунікації. Важливим є також поняття коду, тобто засоби для відділення елементів системи від елементів не системи. Коди мають універсальний характер і без них комунікація у системі неможлива. Наприклад, для економіки кодом є гроші, для науки – істина, для інтимних стосунків – кохання тощо. Цікавим є також те, що системи, за Н. Луманом, мають абсолютно замкнений характер, не перетинаються і не можуть зрозуміти одна одну (наприклад, біологічна система і соціальна). Якщо ж зовнішні перешкоди є значними (тобто система їх помічає), то вона інтерпретує їх, відповідно, до власного коду і реакція залежатиме саме від такої інтерпретації (у цьому ще одне значення мас-медіа).

1. Луман Н. Глобализация мирового сообщества: как следует системно понимать современное общество // Социология на пороге XXI века: новые направления исследований. – М.: Интеллект, 1998.
2. Луман Н. Невероятные коммуникации // Проблемы теоретической социологии. – Вып. 3. – СПб., 2000.
3. Луман Н. Реальність мас-медіа / Пер. с нем. В. Климченко. – К.: АУП, ЦВП, 2010.
4. Луман Н. Что такое коммуникация // Социологический журнал. – 1995. – № 3 – С. 114-128.
5. Назарчук А.В. Этика глобализирующегося общества. – М.: Директмедиа Паблицинг, 2002. – 382 с.
6. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума») / Бердянский государственный педагогический институт. – Бердянск, 2001. – 252 с.
7. Этика СМИ. – М.: КноРус, 2003. – 260 с.
8. Luhmann N. Ökologische Kommunikation. – Opladen, 1986.
9. Luhmann N. Weltgesellschaft // Niklas Luhmann: Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft. Opladen, 1975.

Валерій Іванов,

доктор філологічних наук, професор,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

СОЦІАЛЬНА СИСТЕМА, КОМУНІКАЦІЯ І МАСМЕДІЇ: ТВОРЕННЯ СУСПІЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

1.

Відтоді, як соціальна наука помітила встановлення та розвиток масового суспільства, увага до засобів масової комунікації стала справою честі дослідників, що прагнуть зрозуміти сучасність. Ба більше: мас-медіа як предмет наукового аналізу, дескрипції та критики змусили подрібнені суспільно-гуманітарні дисципліни об'єднуватися, аби зрозуміти що таке комунікація і в чому причина її потужного впливу на суспільство? В цій паралельній трансформації соціуму і науки стала очевидною системотворча роль комунікації.

З-поміж плеяди визнаних дослідників засобів масової комунікації нашої доби, одним з найвпливовіших був німецький соціолог та юрист Ніклас Луман (1927–1998). Він був тим мислителем, який чи не найсильніше вплинув на сучасне розуміння взаємозв'язку суспільства, політики, культури та мас-медіа. Не покрививши душею можна сказати, що сьогодні ми знаємо суспільну реальність у тих термінах, що їх закарбував та систематизував Луман.

Попри намагання науки відокремити унікальність особистого досвіду від теоретичних та експериментальних розробок, великою мірою опис соціальної реальності пов'язаний із власним життєвим шляхом науковця. Своє життя Луман почав з досвіду «гвинтика» у великих системах, у тектонічних процесах цивілізаційних зсувів середини ХХ століття. Призваний до німецької армії напередодні поразки нацизму (в 1944 році) та військовий полонений 1945 року, він вже на початку дорослого життя бачив вплив суспільства на долі окремих людей, великих суспільних груп та поступ історії людства. Вже на початку свого життя Ніклас Луман розумів екзистенційну необхідність знати суспільство і розуміти процеси, що його творять.

Зазначену необхідність він намагався реалізувати не тільки в теорії суспільства, а й на практиці. Випускник Фрайбурзького університету (1949), Луман зосередив свою увагу на питаннях управління великими процесами, зокрема на ефективності державного управління та формальності судових процесів. І в системі Міністерства культури, і як асистент Президента Вищого земельного суду, і як практик-юрист, у 50-ті роки Луман набував власний досвід участі в соціальних процесах та управлінні ними. Ті самі інтереси в 1960-ті роки Луман проявляє в аспірантурі Гарвардського університету і в соціологічних студіях у Мюнстерському університеті. 1966 року ці емпіричні та теоретичні заняття завершилися захистом докторської ступені з соціології.

Після захисту та здобуття професорської кафедри в університеті Білефельда починається довга і славна академічна кар'єра Нікласа Лумана. Перші ж оприлюднені праці, присвячені функціям формальних організацій, засвідчили появу нового науковця світового рівня в соціології. Однак, як і годиться німецькому вченому, головна методологічна праця Лумана «Соціальна система» з'явилася лише 1984 року, тобто двадцять років після того, як почався проєкт вивчення соціальних систем. А теоретичний «магнус опус» Нікласа Лумана – всепоглинаюча праця «Суспільство суспільства» – вийшла напередодні його смерті 1998 року.

2.

Книжка, яку Ви, шановний читачу, тримаєте в руках – одна з перших праць Нікласа Лумана, що відкривається українській аудиторії,¹ – і відкривається саме як дослідження масової комунікації, мас-медіа та тої суспільної

¹ Готуються до друку в Україні ще й книжки Н.Лумана «Поняття мети і системна раціональність» та «Соціальні системи» у перекладі Михайла Бойченка. Решта текстів доступна для нашої аудиторії російською мовою. Зокрема, йдеться про: Луман, Н. Общество общества. Часть I. Общество как социальная система. — М.: Логос, 2004; Луман, Н. Общество общества. Часть II. Медиа коммуникации. — М.: Логос, 2005; Луман, Н. Общество общества. Часть III. Эволюция. — М.: Логос, 2005; Луман, Н. Общество общества. Часть IV. Дифференциация. — М.: Логос, 2006; Луман, Н. Общество общества. Часть V. Самоописания. - М.: Логос/Гнозис, 2009; Луман, Н. Социальные системы. Очерк общей теории. — СПб.: Наука, 2007; Луман Н. Что такое коммуникация? // Социологический журнал. — 1995. — № 3. — С. 114—125; Луман Н. Решения в «информационном обществе» // Проблемы теоретической социологии. — СПб.: Издательство СПбГУ, 2000.

І з огляду на численні зусилля навколо пошуку етичного фундаменту кібернетики другого порядку може лише повторити питання: хто спостерігач? Вона може адресувати це питання всім спостерігаючим системам, а отже, і самій собі. Тим самим підриваються всі когнітивні, нормативні і моральні – тобто всі етичні коди. Це могло б спокусити до заперечення будь-якої релевантності та можливості емпіричної реалізації кібернетики другого порядку. І все ж варто остерігатися передчасних висновків. Адже впадає в око, що у практично орієнтованих зусиллях, які розуміються як терапія, ця кібернетика другого порядку грає все важливішу роль. Цілком очевидно, що вона є важливою для сімейної терапії і організаційного консалтингу. В такому ж аспекті можна згадати і психотерапію або той випадок, коли з приводу неконтрольованого медициною болю дається порада: спостерігай Твої болі. Адже одночасно з конструктивістським концептом терапії була відкрита і цілком реальна для втілення настанова, яка формулюється за допомогою парадоксу.⁶ Ще традиція риторики рекомендувала використовувати фігуру парадоксу як техніку для розхитування закостенілої віри, *communis opinio*, *common sense*. Це функціональне описання може сьогодні бути пов'язане з кібернетикою другого порядку і отримати тим самим теоретико-пізнавальне обґрунтування. Завжди є можливість запитати про спостерігача, але це питання – також і стосовно самого себе – завжди приводить до парадоксу, а саме до необхідного (*injunctives*) парадоксу. Воно (питання) закликає до того, щоб зробити видимим щось, що само для себе повинне залишатися невидимим. Воно суперечить саме собі. Воно втілює перформативну суперечність, яка не дає йому набувати догматичної форми і приписувати рецепти.

Цим зверненням до парадоксу спостерігача⁷ кібернетика другого порядку долає також все ще типове для соціологів і інтелектуалів розрізнення «критичного» та «стверджувального». Адже і це є розрізненням, тобто інструментом спостереження. При спостереженні того, хто за допомогою цього розрізнення обирає одну (а не іншу) сторону, проявляється ще одна версія парадоксу спостереження. Той, хто (як більшість інтелектуалів) вибирає

⁶ Поп.: Bateson, Gregory; Jackson, Don D.; Haley, Jay; Weakland, John. *Toward a Theory of Schizophrenia* // *Behavioral Science*. – 1956. – № 1. – S. 251-264. Особливо вплив справила робота: Palazzoli, Mara Selvini et al. *Paradoxon und Gegenparadoxon*. – Stuttgart, 1978. Огляд див.: Ludewig, Kurt. *Systemische Therapie: Grundlagen klinischer Theorie und Praxis*. – Stuttgart, 1992.

⁷ Про це також див.: Luhmann, Niklas. *The Paradox of Observing Systems* // *Cultural Critique*. – 1995. – № 31. – P. 37-55.

опцію «критичне», повинен поводити себе «стверджувально» по відношенню до самого розрізнення. Той, хто обрав опцію «стверджувально», повинен акцептувати розрізнення, яке допускає критичне налаштування. Тому спостерігач, який обирає це розрізнення, мусить залишатися невидимим. У будь-якому випадку він може сказати: я – парадокс мого розрізнення, єдність того, що я стверджую як відмінне.

Парадокс пропонує спостерігачеві ту ж саму концентрацію на єдиному пункті, який не допускає подальшого ущільнення, що й автологічна кібернетика другого порядку, яка включає саму себе. Вже ця теза наштовхує на думку про те, що кібернетика другого порядку надає форми парадоксу тому, що спостерігається її спостереженням. Це не мусить означати припинення спостереження. Як навчають теорія і практика системотерапії, форма парадоксу – це лише проміжна станція. Ми ідентифікуємо як парадоксальні звичні раніше розрізнення за допомогою питання про спостерігача, підводимо їх під питання про єдність відмінності, щоб потім поставити питання про те, які інші розрізнення можуть «розгорнути» парадокс, тобто по новому його розв'язати. За такого погляду, парадокс являє собою часову форму, інша сторона якої утворює відкрите майбутнє, нове аранжування і нове описання звичок як сумнівних. Подібно до аутопойезису, тут також не існує жодної остаточної форми, яка не допускає питання про «до» і «після» – байдуже, чи йдеться про джерело походження, чи про мету. Звичайно ж, можна висловлювати припущення, але якщо ми прагнемо до консистентного поведження з кібернетикою другого порядку, то ці припущення можуть бути лише ідеями для роздумів. Первинна мета мусіла б полягати в тому, щоб навчити своїх клієнтів самим бачити у всіх розрізненнях невід'ємну парадоксальність і водночас бачити те, що спостереження можливі лише у випадку, якщо цю парадоксальність знову перевести у форму розрізнення, яка в даний момент видається переконливою.

Отже, якщо соціологія стане на позиції кібернетики спостереження другого порядку, вона не відмовиться від комунікації, але їй – як терапевту – доведеться відсилати свою комунікацію на обхідний шлях парадоксальності. Особливим приводом для цього може стати кричуща суперечність між селективними процесами мас-медіа і їх успіхом у конструюванні реальності, на яку орієнтується суспільство. Тому ми повторюємо наше початкове питання. Ми не запитуємо: що має місце; що за світ і що за суспільство нас оточує. Навпаки, ми запитуємо: як це можливо, що інформація про світ та про суспільство визнається інформацією про реальність, якщо відомо, як вона виробляється?

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Ніклас Луман

Реальність мас-медіа

Переклад: *Віталій Климченко*

Наукове редагування: *Валерій Іванов, Михайло Мінаков*

Літературне редагування: *Оксана Волошенюк*

Комп'ютерна верстка: *Євген Цимбаленко*

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 10. Підписано до друку 14.08.2010 р.
Зам. №212. Наклад 1000 прим.

Віддруковано СПД Цимбаленко Є. С.
свідоцтво ДК 2976 від 14.09.2007 р.
м. Київ, вул. Затишна 7б, б. 120
(044) 2298543