

В. А. Маркова

Харківська державна академія культури

Теоретичний доробок Н. Лумана як методологічне підґрунтя медіадосліджень

Маркова В. А. Теоретичний доробок Н. Лумана як методологічне підґрунтя медіадосліджень. Зазначається необхідність застосування інструментарію теорії комунікації Н. Лумана при проведенні медіадосліджень. Розглянуто основні положення теорії комунікації Н. Лумана в контексті його системної теорії. Висвітлена сутність поглядів вченого на феномен мас-медіа. Визначено оригінальність його рецепції зазначеного феномену. Проаналізована можливість застосування основних положень теорії комунікації Н. Лумана як методологічного підґрунтя сучасних медіадосліджень.

Ключові слова: *Н. Луман, медіадослідження, мас-медіа, теорія комунікації, соціальні комунікації, системна теорія.*

Маркова В. А. Теоретические наработки Н. Лумана как методологическая основа медиаисследований. Отмечается необходимость применения инструментария теории коммуникации Н. Лумана при проведении медиаисследований. Рассмотрены основные положения теории коммуникации Н. Лумана в контексте его системной теории. Освещена сущность взглядов ученого на феномен масс-медиа. Определена оригинальность его рецепции указанного феномена. Проанализирована возможность применения основных положений теории коммуникации Н. Лумана как методологической основы современных медиаисследований.

Ключевые слова: *Н. Луман, медиаисследования, масс-медиа, теория коммуникации, социальные коммуникации, системная теория.*

Markova V. Theoretical advances of N. Luhmann as a methodological basis of media research. It is noted the need to use N. Luhmann's thoughts on communication theory in the conduct of media research. The main provisions of N. Luhmann's communication theory are considered in the context of his theory system. The essence of the scientist's views on the phenomenon of the media is illuminated. The originality of his reception of this phenomenon is determined. It is noted that N. Luman imposes the function of managing the system of introspection of the social system on the media. Reality is available to us only through the mediation of the media. The mass media are the first-order observers which construct the reality. The researcher must observe how they manage it. N. Luhman considers this process on the example of three subject areas: news / comments, advertising and entertainment. The mass media system performs selection by a code information / non-information. N. Luman singles out 10 typical selectors for news. The principle of selectivity, substantiated by N. Luman, can be a useful addition to the methodological toolkit of media research. The possibility of applying the basic provisions of N. Luhmann's theory of communication as a methodological basis of modern media research is analyzed. It is substantiated that N. Luhmann's theoretical statements about the mass media do not enter into a conflict with the theory of social engineering, but merely demonstrate a different «optics» of the investigation. The conclusion is drawn that the «second order» observer mission can be entrusted to researchers in the field of social communications.

Keywords: *N. Luman, media studies, mass media, communication theory, social communications, system theory.*

Запорукою якісного виконання журналістикою своєї сутнісної функції – бути посередником між громадянами та соціальними інституціями – є регулярне проведення медіадосліджень, спрямованих на виявлення ефективності, відповідальності у здійсненні цієї діяльності. Як зазначав Умберто Еко на початку свого есе «Про пресу», оскільки функції четвертої влади, якою є мас-медіа, полягають у тому, щоб контролювати та критикувати три традиційних, виникає питання, хто ж повинен це робити по відношенню до неї самої. Парадоксальність ситуації, яку констатує італійський вчений, полягає в тому, що робити вони це можуть лише через посередництво знову ж таки мас-медіа, оскільки в іншому

випадку мова йтиме лише про санкційні втручання влади, що припустимо лише у разі порушення законодавства. Така ж ситуація призводить до того, що вдаючись до «акту самобічувальної неупередженості», мас-медіа не відчують потреби в самоперетворенні [8]. А тому ця місія може і повинна бути покладена на науковця.

Віднесення наукової спеціальності «Історія та теорія журналістики» до наукової галузі «Соціальні комунікації» актуалізує питання застосування теоретичного інструментарію галузі при проведенні журналістичознавчих досліджень, які раніше, як відомо, здійснювалися у межах філології. Зараз вітчизняні дослідники напрацьовують

методологію журналістикознавчих досліджень із застосуванням соціокомунікативного підходу. Так, українськими вченими Г. Почепцовим, В. Різуном, О. Холодом обгрунтовано погляд на феномен соціальних комунікацій з позицій соціального інжинірингу [7], а сутність соціокомунікаційного підходу вбачається у фіксації, моніторингу, описі, аналізі та інтерпретації даних з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу. Тобто всі феномени ЗМІ потрібно розглядати як певні технології і оцінювати їх результативність за ефектами, які вдалося досягти [6].

Водночас, слід зазначити, що теорія соціальних комунікацій має свою історію і представлена низкою напрямів та концепцій, в яких розглядається феномен комунікації, зокрема й масових, з дещо різних підходів. Почесне місце серед них посідає теорія комунікації Нікласа Лумана. Оскільки соціальні комунікації як відносно молода галузь вітчизняної науки тільки опановує свій дослідницький інструментарій, актуальним є прочитування текстів визнаних теоретиків цієї галузі з огляду на те, яким чином можна використовувати їх ідеї при дослідженні мас-медіа.

Ніклас Луман (1927–1998) – німецький соціолог, соціальний філософ і теоретик у галузі соціальних комунікацій. Його ім'я є справжнім брендом, без посилання на яке не обходяться дослідники цієї галузі. Водночас використання методології вченого при вивченні мас-медіа у пострадянському науковому просторі є поодинокими випадками. Більшість же робіт – це спроба викладення його поглядів на те чи інше питання. Серед найбільш вагомих слід назвати монографію А. Назарчука «Вчення Нікласа Лумана про комунікацію» [4]. Питанню мас-медіа у вченні Н. Лумана присвячені також статті А. Антоновського, В. Іванова, М. Мінакова, що виступають в якості передмов та післямов до видань вченого. Слід зазначити, що на Заході ситуація дещо інша: його вчення має як своїх послідовників, що вибудовують свої дослідження на основі теорії систем Н. Лумана [9], так і своїх опонентів.

Тож *мета* статті – розглянути теоретичний доробок Н. Лумана як методологічне підґрунтя медіадосліджень.

Для розуміння поглядів вченого на феномен мас-медіа необхідним є побіжно окреслити його власну «постсистемну» теорію

суспільства, що базується на загальній теорії систем і одночасно піддає ревізії її базові положення.

Н. Луман розглядав суспільство як всеохоплюючу соціальну систему, що конструюється розрізненням себе від навколишнього світу, до якого належать системи свідомості (індивіди), система мозку і фізичні системи. Принциповим у його теорії є розгляд системи як закритої, автономної і самодостатньої, яка підтримує свій стан в режимі самовідтворення («автопоезису» в термінології вченого). Саме ж суспільство є неоднорідним і диференційованим на низку підсистем, таких як функціональні підсистеми (мас-медіа, політика, наука та інше), системи інтеракцій віч-на-віч, а також системи організацій. Кожна функціональна підсистема відокремлюється від інших через кодування комунікацій. Так, для мас-медіа основним кодом є дихотомія інформації / неінформація. Кожна функціональна підсистема прагне включити в себе комунікації, специфічні тільки для себе, але, одночасно з цим, виключити комунікації іншого роду.

Взагалі, комунікація є базовою категорією теорії Н. Лумана, але його розуміння цього феномену суттєво відрізняється від тих, хто трактує її в термінах обміну, передачі інформації. За Н. Луманом, «Комунікація – це операція, у ході якої відбувається перерозподіл знання і незнання, а не зв'язок чи передача інформації» [4:85–86]. Вчений радикалізує статус комунікації; в його розумінні суспільство є не певна сутність, або стан, а безпосередньо комунікація, яка саме і виробляє та відтворює суспільство. Комунікація відбувається лише всередині системи. Комунікують не суб'єкти, не свідомості, а суспільство, тобто комунікація комунікує за допомогою комунікації.

За Н. Луманом, комунікація як така є триєдність інформації, повідомлення і розуміння. Інформація ж – подія, що змінює стан системи. Вона не приходить із зовні, а є частиною автореферентних систем, і виникає у відповідь на зміни в самій системі. Тільки нове в системі має інформаційну складову («Кажуть, що коли собака кусає людину – це не газетний факт, газетний факт, коли людина кусає собаку» (У. Еко) [8]. І хоча повторення інформації буде нести той же смисл, ту ж селекцію, але воно не буде здатне викликати той системний ефект, на який здатна інформація. Повідомлення – це те, що дає комунікації початок і кінець, завдяки чому

інформація не лише існує, а й передається. Розуміння ж - це акт розрізнення між інформацією і повідомленням.

Взагалі, роздуми щодо комунікації Н. Луман розпочинає з дискурсу здивування: «Як можлива комунікація?». Загальновідомою є його дискусія з Ю. Хабермасом, ще одним видатним представником німецької комунікативістики, в якій він полемізував з останнім з приводу ідеї консенсусу як кінцевої мети комунікації. За Н. Луманом, комунікація завжди ризикована, вона може вести як до консенсусу, так і до конфлікту. А тому саме завдяки фактору такої ризикованості виникають соціальні інститути, що покликані подолати зриви комунікації. Мас-медіа і є одним з таких інститутів.

Під поняттям «мас-медіа» Н. Луман розуміє всі громадські установи, які використовують технічні засоби для поширення повідомлень в тому випадку, якщо масові продукти виробляються ними для ще не визначених адресатів. Посередництво техніки в такому випадку повністю виключає інтеракцію.

Тут слід зауважити, що взагалі вчений вирізняє два типи медіумів: мас-медіа як медіуми першого типу тільки транспортують комунікацію, яка створюється завдяки медіумам другого типу, конструюючим функціональні підсистеми суспільства, – істині, грошам, владі, любові (їх він називає «медіа успіху»). Таким чином, функція мас-медіа як медіа розповсюдження полягає у збільшенні соціальної редундантності, під якою розуміється згуртованість, узгодженість системи. Завдяки мас-медіа інформація охоплює широке коло приймачів, що створює надлишок можливостей комунікації. Водночас збільшується і невизначеність успіху комунікації, подолати яку можуть медіуми другого типу – символічно генералізовані комунікаційні медіа, оскільки гроші, влада, любов володіють потужними важелями для підвищення кондиціонування та мотивації комунікації. Отже, медіакомунікації, охоплюючи широке коло приймачів, створюють сприятливі умови для включення в комунікацію символічно генералізованих засобів комунікації («медіумів успіху»), тобто вони функціонують у взаємодоповненні.

Більше того, Н. Луман покладає на мас-медіа функцію керування системою самоспостереження суспільної системи. Свою працю «Реальність мас-медіа», що написана за матеріалами доповіді, яку вчений прочитав у 1993 році в Дюссельдорфі, він починає

провокативною фразою: «Те, що нам відоме про наше суспільство, ми знаємо завдяки мас-медіа... З іншого боку, ми так багато знаємо про мас-медіа, що не можемо довіряти цим джерелам інформації» [2:24]. Цим запитанням і закінчується книга, а весь її зміст – спроба розкрити цю таємницю із застосуванням кібернетики спостереження другого порядку. Учений зазначає, що відповісти на це запитання неможливо, якщо вбачати завдання мас-медіа «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» [2:131]. Їх функція «не в примноженні пізнання, соціалізації або вихованні нормативного конформізму», а в «безперервному породженні і переробці подразнень» [2:131]. Тобто, здійснюючи селекцію за кодом «інформація / неінформація», мас-медіа завдяки оприлюдненню постійно переробляють інформацію в неінформацію, а тому постійно потребують нової інформації, завдяки чому й виникають описи світу і суспільства. Таким чином, мас-медіа підтримують вічну інтригу між «прийняттям» та «відхиленням» («так» / «ні»), стимулюючи тим самим перехід від однієї комунікації до іншої, та допомагають знайти баланс між надмірністю і варіативністю. І в такий спосіб мас-медіа не описують, а конструюють реальність.

Н. Луман вважав, що про реальність мас-медіа можна говорити в двох сенсах. У першому – реальністю мас-медіа є його власні операції (друкування, мовлення, читання, приймання передач). У другому – «в сенсі того, що для неї або через неї для інших видається реальністю» [2:27]. У такому розумінні діяльність мас-медіа розглядається як ланцюжок спостережень. Тобто для такого розуміння мас-медіа ми повинні спостерігати їх спостереження: «Для представленого на початку розуміння достатньо спостереження першого порядку, начебто йдеться про факти. Для досягнення другого варіанту розуміння необхідно стати на позицію спостерігача другого порядку, спостерігача спостерігачів» [2:27]. І якщо мас-медіа, будучи спостерігачем першого порядку, конструюють реальність, то дослідник, який вивчає мас-медіа, повинен відповідати (за Н. Луманом) на питання: «Як мас-медіа конструюють реальність?».

Відповідає на це питання вчений на прикладі аналізу трьох програмних галузей (новини / коментарі, реклама і розвага).

Найбільш зрозумілим цей процес є у галузі новин та коментарів. Саме ця галузь дає відчуття, що спостереження суспільства за подіями відбувається одночасно з перебігом цих подій. «Відповідальність» за конструювання реальності, за створення «трансцендентної ілюзії» Н. Луман покладає не на професію журналіста, яка «служить суспільству (і самій собі) правдою», а на притаманну системі мас-медіа певну селективність, пов'язану з тим, що «завдяки відособленню, перериванню зовнішньої детермінації та операціональному замиканню всередині створюється надлишковість комунікаційних можливостей, а отже – високий ступінь свободи, внаслідок чого система сама повинна – і здатна! – накладати на себе обмеження» [2:55]. Варто згадати тут М. Маклюєна, який зазначав, що «вироблення новин», як і «вироблення товару», передбачає світ впливів і фікцій. Але преса представляє собою щоденний вплив, щоденну фікцію, тобто зроблену річ; і виготовляється вона ледве не з усього, що є в спільноті... псевдо- або фіктивний характер завжди пронизував засоби комунікації...» [3:240–241]. Отже, система мас-медіа здійснює селекцію не за кодом «істина / не істина» як це робить наука, а за кодом «інформація / не інформація». На думку Н. Лумана, для новин характерними є наступні типові селектори:

- 1) інформація повинна бути новою, контекст же, навпаки, повинен бути звичним, таким, що викликає довіру;
- 2) перевага надається конфліктам, оскільки їх результат непередбачуваний;
- 3) увага привертається застосуванням кількісних даних, особливо їх порівнянням;
- 4) інформацію покращує звернення до локального контексту, оскільки вона пов'язана з тим, що отримувач інформації цінує відомості щодо свого місця проживання;
- 5) важливою є інформація про порушення норм, оскільки тільки порушення робить норму явною, що дозволяє отримувачу солідаризуватися з іншими в засудженні порушення;
- 6) використання моральних оцінок, оскільки мас-медіа відіграють важливу роль у відтворенні коду моралі;
- 7) моральні оцінки підсилюються завдяки зверненню до дій та осіб;
- 8) концентрація на виключних подіях (катастрофах, стихійних лихах, аваріях, нещасних випадках). Доречним тут згадати вислів М. Маклюєна: «Гарні новини – це погані

новини» [3];

9) висловлення думок теж можна розцінювати як новину;

10) рубрикація теж накладає відбиток на відбір інформації [2:56–65].

Слід зазначити, що на сьогоднішній день у журналістикознавстві напрацьовано значний методологічний інструментарій для дослідження медіаконтенту [5], обґрунтований же Н. Луманом принцип селективності може стати корисним доповненням, оскільки дозволяє аналізувати не тільки опубліковані матеріали, а й те, за якими маркерами вони відбираються для публікації.

На відміну від багатьох дослідників, які покладають на журналістику місію – бути четвертою владою, або навпаки – звинувачують її у маніпулятивних діях, Н. Луман розглядає її лише у сенсі виконання певних функцій у межах системи, а тому маркери, за якими, на його думку, здійснюється селекція, цілком нейтральні, вони характерні для всього мас-медійного простору. Головне ж полягає в тому, що, конструюючи реальність, мас-медіа разом із тим відкривають горизонт самонародженої невизначеності, яка повинна обслуговуватися все новими і новими інформаціями, і, як наслідок, продукувати комунікацію. Мас-медіа «не прагнуть вибудувати консенсусну конструкцію реальності», а навпаки, завжди себе дискредитують. «Вони самі себе коментують, оскаржують, вони самі себе виправляють» [2:100].

І, таким чином, Н. Луман приходять до висновку, що «модусом рефлексії, і в наш час також, залишається лише спостереження другого порядку, а саме спостереження того, як суспільство, що передає своє самоспостереження функціональній системі мас-медіа, приймає саме такий спосіб спостереження в модусі спостереження спостерігачів» [2:118]. Саме цю місію можна покласти на дослідників у галузі соціальних комунікацій, що і виступають спостерігачами «другого порядку». Інтерпретація спостерігача як феномену в теорії соціальних систем Н. Лумана дозволила російським дослідникам Н. Крейк, Є. Комф та І. Карповій дійти висновку, що спостерігач – це той, хто здійснює операції розрізнення і позначення, він є хранителем пам'яті про всі операції, вироблені системою, спостерігач бере участь в еволюції системи і в утворенні нових систем, він завжди існує в потенціалі в самореферентних системах, оскільки останні виробляють власну причинність. У системах,

які не є самореферентними, може бути тільки зовнішній спостерігач. Поняття спостерігача є сполучним між поняттям «система» і «розрізнення» [1].

На перший погляд здається, що теоретичні побудови Н. Лумана, який розглядає системи самозамкненими, а соціум тотожним самій комунікації, вступають у протиріччя з теорією соціального інжинірингу, оскільки не зрозуміло, яким чином мас-медійна сфера здатна здійснювати вплив на соціум. Але це лише на перший погляд. Н. Луман пропонує нам дещо іншу «оптику», і порівняння цих підходів можливе за аналогією з картографією, що дає різні масштаби наближення до об'єкту описання. Тобто, якщо теорія Н. Лумана є

семантикою та синтагматикою дослідження медіа, то теорія соціального інжинірингу робить акцент насамперед на прагматиці, яку Н. Луман виносить «за дужки». Спільним же в обох концепціях є те, що вони передбачають спостерігача за спостерігаючим, адже самоспостереження системи мас-медіа неможливе, оскільки вона є невидимою для себе як спостерігач. Це безумовно актуалізує проведення медіадосліджень, що будуть спиратися на положення авторитетних науковців галузі.

Таким чином, теоретичні положення Н. Лумана щодо розуміння феномену мас-медіа можуть і повинні стати методологічним підґрунтям подальших медіадосліджень.

Література

1. Крейк А. И. К вопросу об использовании понятия «наблюдатель» в научном дискурсе Никласа Лумана / А. И. Крейк, Е. В. Комф, И. П. Карпова // *Современные проблемы науки и образования*. — 2014. — № 3. — Режим доступа : <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=13175>. — Дата обращения : 03.05.2018.
2. Луман Н. Реальність мас-медіа / Н. Луман. — К. : ЦВП, 2010. — 158 с.
3. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. — М. : Гиперборей ; Кучково поле, 2007. — 464 с.
4. Назарчук А. В. Учение Никласа Лумана о коммуникации / А. В. Назарчук. — М. : Весь Мир, 2012. — 248 с.
5. Різун В. В. Методи соціальнокомунікаційних досліджень / В. В. Різун, Т. В. Скотникова // *Наукові записки Ін-ту журналістики*. — 2013. — Т. 52. — С. 49–53. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_52_8.
6. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. В. Різун // *Психолінгвістика*. — 2012. — Вип. 10. — С. 305–314. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2012_10_44.
7. Холод О. М. Постулати соціального інжинірингу (або специфіка формування концепцій соціального інжинірингу, соціальних комунікацій і комунікаційних технологій у працях Г. Почепцова, В. Різуна й О. Холода) / О. М. Холод // *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. — 2016. — № 4. — С. 28–39. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2016_4_7.
8. Эко У. О прессе / У. Эко // Эко У. Пять эссе на тему этики / У. Эко. — М., 2003. — Режим доступа : <http://www.e-reading.mobi/book.php?book=1037038>.
9. Weinbach C. Systemtheorie und Gender: Geschlechtliche Ungleichheit in der functional differenzierten Gesellschaft / Weinbach C. // C. Kampmann, A. Karentzos, T. Küpper (Hg.). *Gender Studies und Systemtheorie. Studien zu einem Theorietransfer*. — Bielefeld, 2004.

УДК 007:304:070

Г. І. Масюк

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут»*

Соціологія та журналістика: точки зіткнення

Масюк Г. І. Соціологія та журналістика: точки зіткнення. У статті розкрито точки зіткнення таких суспільствознавчих галузей як соціологія та журналістика. З'ясовано, що ці галузі пізнання процесів та явищ суспільства є близькими, хоча мають певні відмінності. У методах пізнання соціологія та журналістика дуже схожі. Принципова відмінність між ними проявляється у методах викладу одержаної інформації. Спільне і відмінне у соціології та журналістиці знаходяться у постійній динамічній рівновазі.
Ключові слова: журналістика, соціологія, інформація, соціологія журналістики, суспільство.