

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».



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 СВІТОГЛЯД 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 інтеракцій 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 вирываючись 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 посилалися. Вирішення цієї проблеми не можна знайти у виявленні якогось таємного ляльководи за лаштунками, як це часто видбувалося 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

ірозуміти, 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 витрачати 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 аутопойетичну 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 комунікативні семантики. Темі 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 Паблишинг, 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 степені 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 проект вивчення соціальних систем. А теоретичний «магнус опус» Нікласа Лумана – всепоглинаюча праця «Суспільство суспільства» – вишла 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.

реальності, що вони творять. Слід зазначити, що глибока (за рівнем опрацювання) та чимала (за обсягом зусиль) праця перекладача була пов'язана з перекладанням складного німецького тексту на українську. Однак читати «Реальність мас-медіа», а зокрема зрозуміти цей текст, можна, лише маючи уявлення про загальні погляди Лумана на суспільство та особливості його наукової мови, до якої залучено терміни не тільки соціології і правознавства, але й психології, кібернетики, біології, філософії та математики. Тож до чинного перекладу потрібен вступ до теорії соціальних систем Лумана і введення до його термінології. Саме це я і пропоную – в дуже загальних рисах, з певними спрощеннями, які, сподіваюся, допоможуть підібрати ключ до розуміння опису соціальної реальності, утворюваної невпинною працею мас-медіа, не тільки академічному товариству, але й практикам: журналістам, редакторам, менеджерам ЗМІ фахівцям зі зв'язків з громадськістю.

3.

Ніклас Луман пропрацював усе життя над питанням про те, що таке суспільний порядок та як він себе відтворює. Набір положень в соціології Лумана, які дають розгорнуту і непросту відповідь на це питання, зазвичай називають «Системною теорією» (Systemtheorie). В цій теорії Луман продовжив працю свого вчителя, Талкота Парсонса, американського соціолога та засновника структурно-функціональної системної теорії. Як і Парсонс, Луман сконцентрував свою дослідницьку увагу на понятті структури, однак на відміну від вчителя, він аналізував не системи як такі, а функції систем: адже системи постають через витворення та відтворення своїх функцій.

Логіку розгортання поглядів Лумана варто почати з уявлення про те, що світ є комплексністю та надскладністю різних подій, зв'язків та фактів. Власне кажучи, складність світу походить з того, що в ньому відбувається безмежна кількість подій, між якими можуть встановлюватися безмежна кількість зв'язків: все, що є, щомиті могло бути інакшим. Ця світова складність є настільки значною, що людина як обмежена за спроможностями та часом існування істота потребує спрощення для себе світових подій. У філософській антропології прийнято вважати, що людина як відкрита до життя істота, аби вижити в складному світі потребує орієнтирів, а отже вдається до спрощення світу, редукування безлічі напрямів і напрямків до чіткої структури орієнтації. Ніклас Луман, описуючи складність світу, каже, що, аби перетворити цю комплексність і надскладність на прийнятне місце для людини, постають системи. У Лумана в основі спрощень світу

лежать три системи: соціальні, психічні та органічні. Оскільки всі системи за своєю засадничою структурою є однакові, то вони здатні упорядковувати світ як структурно єдиний, придатний для типового опанування людиною.

Зазвичай системою називають множину об'єктів включно з їхніми якістьми, що як елементи пов'язані відношеннями. Однак для Лумана не елементи і зв'язки є ключем до розуміння системи. Йому йдеться про «різницю» (саме так в українському перекладі подано поняття «Differenz»), тобто окремішність, відмінність, як ключову ознаку системи. За Луманом система конститується через межу (Grenze), що пролягає між системою та довкіллям (Umwelt). Довкіллям в цьому випадку називається все те складне, що є по той бік системи. А межа прокладається в процесі спрощення світової складності, яке забезпечує система. Спрощення, тим не менш, має бути обмеженим, аби система могла бути дієвою і бути здатною утримувати баланс між екзистенційною потребою людини в спрощенні світової складності та не менш екзистенційною потребою через систему взаємодіяти з довкіллям. Тож система має не тільки спрощувати, але й бути відносно відкритою, щоб сприймати вхідні сигнали ззовні та трансформувати їх у власні данні відповідно до власної структури. Фактично, система існує в процесі того, що приймає зовнішній імпульс і перетворює його на власний продукт, який чітко пов'язано з ідентичністю саме цієї системи. В свою чергу ідентичність системи – продукт її самообмеження, тобто ствердження своєї різниці.

Загалом, Луман вирізняє три типи систем: соціальні, фізичні та органічні. Соціальна система для Лумана – це сукупність спрощувальних функцій, що визначають наслідки подій, вирази соціальних дій та перебіг соціальних взаємодій. Соціальні системи мають за функцію «утворювати, переробляти та редукувати складність та робити світ придатним до потреб людини хоча б за мінімальним порядком, аби людина могла в ньому орієнтуватися та діяти планомірно».² Тобто, соціальний світ є дещо простішим за власне довкілля, і це спрощення відбувається завдяки тому, що в соціальній системі є менше можливостей для встановлення комунікації – система конститується через покладення межі та різниці між собою та довкіллям. У соціальному світі люди перебувають в таких умовах, що дозволяють їм очікувати щось певне від інших членів суспільства. В той момент, щойно ми здійснюємо акт очікування чи передбачення дії іншого, то беремо участь в

² Münch, R. Soziologische Theorie. Band 3: Gesellschaftstheorie. – Frankfurt am Main, 2004. – S. 182 f.

конструюванні соціальної системи. Можливість в одному вчинку передбачати наслідком інший вчинок є власне комунікацією, що засадничо постає у відповідь на потребу людини у спрощенні складності. Це і є соціальна система – система, що постала з комунікації взаємоспрямованих очікувань та дій.

В свою чергу, фізична система – це передусім людина як фізична істота – актор (діяльна людина), що діє на основі своїх відчуттів та смислів. Фізичні системи уможлиблюють існування соціальної: взаємодія двох фізичних систем є джерелом соціальної системи. В цьому аспекті структурні поєднання та взаємопроникнення двох чи більше акторів є інтерпретацією. В цій ситуації для кожної фізичної системи інша істота є довкіллям та складністю. В процесі переробки вхідних даних обома контактуючими фізичними системами постає соціальна система з її образом та власною ідентичністю.

Органічна система це ще одна система, що, як і фізична, стосується безпосередньо окремої людини, а саме її органічних функцій і структур. В деяких текстах Луман говорить про людину, як поле багатьох систем, включно з фізичною, органічною і навіть нейронною.

Для того, щоби системи мали внутрішню єдність, їм потрібен особливий засіб (Medium). Луман говорить про те, що смисл (вибір між альтернативами, після якого необрані альтернативи залишаються чинними) – це і є засіб-Medium системи. За допомоги смислів системи спрощують складність оскільки обирають з-поміж багатьох альтернатив лише одну можливість, а так утворюють простір для встановлення комунікації. Однак у кожній системі він є особливий. У фізичній системі цей смисл є мисленням, а у соціальній системі – комунікація.

В продовження вивчення смислів, німецький соціолог увів до своєї теорії поняття аутопоезису, чи самореференції. Під цим словом мається на увазі ситуація, за якої система в процесі обробки складності довкілля утворює та зберігає власну автономію. Справжня система є аутопоетичною, тобто оперативно-закритою системою, що діє на основі власної структури, чи в луманівській термінології – «внутрішнього коду». У спостереганні за складністю довкілля, система є «відкритістю через закритість»: завдяки тому, що її закритість дозволяє системі спостерігати за зовнішнім і бачити його складність, система є максимально відкритою.³

³ Luhmann, N. Einführung in die Systemtheorie. – Frankfurt am Main, 2002. – S. 100 ff.

Особливість мислення Лумана полягала в тому, що він застосовував між-дисциплінарний підхід до вивчення суспільства. Якщо сьогодні міждисциплінарність є цілком узвичаєним підходом до дослідження, то на початку кар'єри німецького соціолога евристичність цього підходу потребувала серйозного доведення. В основу свого міждисциплінарного підходу Ніклас Луман поклав концепцію «аутопоезису». Чилійські біологи, нейрофізіологи та, одночасно, філософи Умберто Матурана (нар. 1928) та Франциско Варела (1946 – 2001)⁴ увели в науковий обіг поняття «аутопоезис» як імя для процесів самопобудови, самоутворення та самовідтворення складних живих систем, включно з людиною. Важливим аспектом цієї концепції є те, що в ній немає розрізнення виробника і виробу, Творця і Тварі: самовідтворювана система творить сама себе. Цю концепцію Луман застосовував для того, аби зобразити суспільство як систему, що утворює себе за допомоги власного уявлення про свою відмінність від свого довкілля, зокрема і від індивідуальної свідомості людини, і від природного оточення. Вирізнєння себе з-поміж всіх явищ світу, суспільство неначе утворює свою окрему нішу, де можливе функціонування соціуму за своїми власними принципами.

Зазначена аутопоестична система існує на трьох рівнях: на рівні коду, структури та процесу. В термінології Лумана, код – це схема простого розрізнення між двома альтернативами. Завдяки кодовому розрізненню відбувається закриття системи в цілісність. Натомість структури – це умови, за яких відбувається рішення про відокремлення, тобто віднесення даних до довкілля чи внутрішніх змістів. На цьому рівні структурами можуть бути очікування, цінності, норми і ролі. На їхній основі структура проявляється ще й як програма, тобто як можливість приймати до уваги зовнішні данні, яким можна приписувати ті чи інші оцінки чи значення.⁵ Нарешті, процес – це перебіг взаємодії в межах системи, та між системою і довкіллям. Разом три рівні забезпечують функціональну адекватність і самореференційність соціальної системи.

Як уже було вказано, комунікація – це засіб-Medium соціальної системи. За словами Лумана, «те, що відбувається завжди у суспільстві, це комунікація».⁶ Тим самим Луман наголошує, що комунікація конститує суспіль-

⁴ Див. докладніше: Матурана У., Варела Ф. Древо познання,— М.: Прогресс-Традиция, 2001.

⁵ Luhmann, N. Ökologische Kommunikation. – Frankfurt am Main, 1986. – S. 83.

⁶ Luhmann, N. Einführung in die Systemtheorie. – Frankfurt am Main, 2002. – S. 90.

ство, а не дії окремого індивіда. Саме комунікація створює та утримує межі суспільства. В системній теорії розрізняються три компоненти комунікації: 1) інформація, яка повідомляє людині про стан справ; 2) повідомлення як форма комунікації (мовлення, письмо, міміка); та 3) розуміння смислу.

Попри відмінність систем, між ними відбувається постійна взаємодія. Цю взаємодію Ніклас Луман називає як «структурне поєднання» (так у нас в українському тексті перекладено термін «Kopplung»). Структурне поєднання – це зв'язок між системами, зокрема соціальною та фізичною. Засіб-Medium зв'язку цього структурного поєднання застосовує мову так само, як фізична система оперує мисленням, а соціальна система – комунікацією. За Луманом, мова має подвійну природу: «вона застосовна і як фізична, і як комунікативна, і не перешкоджає, аби обидві операції відбувалися одночасно та залишалися окремими». ⁷

Серед наявної множини соціальних систем Луман розрізняє три типи: інтерактивні, організаційні та суспільні системи. Інтерактивні системи постають з дії присутніх, тобто людей, які саме в цей момент відчують і перебувають у ситуації. Прикладом інтерактивної системи є лекція: тут її смислом є словесні повідомлення лектора, питання аудиторії, тощо; а довікільям будуть всі люди з-поза аудиторії. Організаційні системи – це системи, в яких участь людей пов'язана із певними умовами, наприклад правилами, тобто штучними способами поведінки з тривалим дотриманням. Вищий навчальний заклад – приклад такої організаційної системи. Нарешті суспільні системи є найзагальнішими з усіх систем, і до них уходять усі інтерактивні та організаційні системи, але при цьому ані інтерактивна ситуаційність, ані жорсткі правила вступу-виходу до організації тут не діють: суспільство вище за ці ознаки. За Луманом, суспільство – це система найвищого та найзагальнішого порядку.

Окрім поділу на три основні типи соціальних систем, Луман говорить про їхній поділ ще й на підсистеми. Внутрішня диференціація соціальної системи відбувається як те саме повторення відмежування субсистеми від довікілья, але тільки в межах соціальної системи.⁸ Так, у в межах сучасного суспільства виокремлюються такі субсистеми: наука, політика, освіта, релігія, право, економіка та мистецтво. Всі вони функціонують зі своїми

⁷ Ibid., S. 275.

⁸ Luhmann, Einführung in die Theorie der Gesellschaft. – Frankfurt am Main, 2002. – S. 238.

засобами-медіями, кодами, програмами та процесами. Аби спростити опис субсистем, варто розглянути інформацію подану в Таблиці 1:

Таблиця 1. Система функцій⁹

	Наука	Політика	Право	Економіка
Функція	Продовження знання	Колективні обов'язкові рішення	Стабілізація нормативних очікувань	Рулівання доступу до ресурсів
Засіб	Істина	Влада	Право	Гроші
Код	Істинне/неістинне	Має владу/безвладний	Справедливе/несправедливе	Має власність/не має власності
Програма	Метод і теорія	Правила політики	Правові порядки, закони, інструкції	Економічні порядки
Комунікація	Науковий вираз	Політичні рішення	Правові вирази/формулювання	Економічні транзакції

Відповідно до цього, таку субсистему, як наука можна описати в такий спосіб. Її функція – продовження знання; її засіб – істина, яка кодує дані як такі, що є істинними чи неістинними. Таким чином, код потребує програми у вигляді методу і теорії, що комунікується в наукових виразах, формулах та законах. Як бачимо, попри показну складність системної теорії, вона пропонує прості і точні терміни, які дозволяють вагомо описати соціальну систему та субсистеми.

Також соціальну систему можна описати у вигляді реєстрування структурних поєднань, що становлять такі утворення як конституція, власність, установи та інше. Докладніше приклади цих зв'язків описані в Таблиці 2.

⁹ Münch, R. Soziologische Theorie. Band 3: Gesellschaftstheorie. – Frankfurt am Main, 2004. – S. 213, Tabelle 3.1.

Таблиця 2. Структурні поєднання у соціальній системі¹⁰

Функціональна система	Структурне поєднання	Функціональна система
Право	Конституція	Політика
Право	Власність/суспільна угода	Економіка
Наука	Університет	Освіта
Економіка	Атестат/диплом	Освіта
Політика	Податки/казначейство	Економіка
Політика	Політичне консультування	Наука

Зазначені структурні поєднання утворюють суспільні мережі та самі субсистеми налаштовані на те, аби пов'язувати всіх досяжних осіб у комунікації. При цьому люди, що не здатні підтримувати комунікацію за мінімальними правилами, встановленими в момент виокремлення субсистеми, виводяться з комунікації. Так соціальна система через дотримання правил комунікації провадить соціальну інклюзію (залучення) та ексклюзію (вилючення). За приклад такого дотримання чи порушення правил може правити повідомлення, надіслане фаховим науковцем і аматором-дослідником для публікації в професійному науковому часописі: їхні тексти матимуть відмінну оцінку і перший текст буде прийнято, а другий, скоріше за все, відхилено.

На закінчення опису загальних рамок системної теорії Нікласа Лумана я маю зазначити, що в своїх розвідках він іде ще глибше, розрізняючи все глибше і глибше підсистеми та субпідсистеми. В нашому випадку найважливіше усвідомити, що соціальна система – багатогранна, аутопетична, заснована на комунікації система, яка утворює особливий світ існування людського суспільства. 3-поміж усіх цих ознак, фундаментальним принципом суспільства виступає комунікація, яка у відокремленій суспільній реальності під'єднує одну субсистему з іншою. Комунікація за Луманом – це троїста єдність інформації, повідомлення та розуміння. Останнє – це розуміння розрізненості інформації та повідомлення. Як сам учений писав, «так само як життя чи свідомість, комунікація також є емерджентною (такою, що постає і виникає, а не створеною наперед – ММ) реальністю, станом речей *sui generis*. Вона здійснюється за посередництва трьох відмінних селекцій, а саме: селекції інформації, селекції повідомлення цієї інформа-

¹⁰ Ibid., S. 214, Tabelle 3.2.

ції та селективного розуміння чи нерозуміння та його інформації».¹¹ В цих селективних мережах смисл є засобом, який забезпечує з'єднаність окремих комунікацій (мас-медіа, науку, політику, релігію, право тощо) воедино. Кожна з комунікативних підсистем також переживає певне відокремлення в межах цілої суспільної системи. Кожна така підсистема має особливе кодування комунікації, що включає в себе свої специфічні комунікації, відкидає чужі та забезпечує збереження власної окремішності. Однак попри все більшу подільність, суспільство є цілісною системою, цілісність якої забезпечує її закритість.

Також важливо вказати на ключову роль комунікації і її засобів для існування соціальних систем – від інтерактивних та організаційних до суспільства загалом. Комунікація – це базова аутопоетична операція. Доки комунікація оперує, система існує; якщо система не оперує, вона не існує. У мас-медіа як ключових комунікаційних операціях та як окремій субсистемі операція відбувається так, аби продовжити до безмежжя власне існування: мас-медіа публікують/друкують, надсилають і повідомляють так, аби ці операції продовжувалися і надалі. Система мас-медіа працює так, наче власна комунікація відбуватиметься в необмеженому майбутньому. Кожне повідомлення передбачає наступне повідомлення, і при цьому ніколи не йдеться про репрезентацію світу, як він дається нам на перший погляд. Секрет в тому, що комунікація стосується зовнішнього лише на позір: тільки найвнє сприйняття-ставиться до повідомлення мас-медіа як до повідомлення про істинний стан справ довкілля. Насправді, комунікація стосується лише правил власної субсистеми, що власне і є ознакою аутопоетичності, яка за допомоги двозначного коду відокремлюється від довкілля та встановлює власну ідентичність. Тож, за словами Лумана, «соціальні системи постають не з людей, не з дій, а з комунікацій».¹² Так комунікації, серед яких нам йдеться про владу, гроші, любов, мистецтво та істину, правлять світом людей.

4.

Після вищевикладеного вступу до системної теорії Нікласа Лумана змісти «Реальності мас-медіа» стають прикладами загальних положень теорії. У

¹¹ Луман, Н. Что такое коммуникация? – [Ел. документ]: http://www.soc.pu.ru/publications/pts/luman_3.shtml (перевірено: 2.06.2010).

¹² Luhmann, N. Ökologische Kommunikation. – Frankfurt am Main, 1986. – S. 269

запропонованій Вашій увазі книзі, шановний Читачу, Луман перевіряє, що таке «новина» і як у ній присутня «реальна подія», про яку повідомляють мас-медіа. Як ми бачили в загальному аналізі систем, реальність, з якою працює система, як мінімум подвоєна: окрім реального довкілля є реальність, утворена функціонуванням системи. У випадку з масмедійною новиною, реальна повідомлена подія має стосунок і до довкілля, і до тої реальності, що її продукують мас-медіа. Мало того, для суспільства немає іншої реальності, ніж її масмедійна версія. Як Луман зазначив, до функцій мас-медіа належить робити «внесок у конструювання суспільної реальності... і постійна реактуалізація самоописання суспільства та його когнітивних світових горизонтів...».¹³ Тут можна сказати – з певним застереженнями, що в суспільстві реальним є те, що повідомлено в масмедіях.

Слід зауважити, що мас-медіа не мають експлозивного права на конструювання реальності. В її творенні беруть участь і інші типи комунікації. Однак Луманові йдеться про те, що «співучасть мас-медіа є вкрай необхідною, коли йдеться про широке розповсюдження, можливість анонімного і тим самим непередбачуваного сприйняття інформації».¹⁴ Тож з-поміж усіх медій, мас-медіа мають особливе значення.

З огляду на ці поправки Ніклас Луман знов ставить своє питання про соціальну систему і розуміння суспільством самих себе в новій формі: «...Як це можливо, що інформація про світ та про суспільство визнається інформацією про реальність, якщо відомо, як вона виробляється?».¹⁵

Вам цікава відповідь? Ви знайдете її на сторінках Луманової книжки «Реальність мас-медіа», яку Ви тримаєте в своїх руках.

Михайло Мінаков,
доктор філософських наук,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

¹³ Луман Н. Реальність мас-медіа / Пер. с нем. В. Климченко. – К.: АУП, ЦВП, 2010. – Гл. XIV. Публічність.

¹⁴ Там само.

¹⁵ Там само, Гл. XVI. Кібернетика другого порядку як парадокс.

ПЕРЕДМОВА

Надрукований тут текст бере свій початок від доповіді, яку я представив під тією ж назвою 13 липня 1994 року в Академії наук Північного Рейну – Вестфалії, у Дюссельдорфі. Доповнена версія доповіді була оприлюднена у збірнику цієї Академії.

На пропозицію видавництва я ще раз суттєво переробив цей текст та доповнив його, перш за все, міркуваннями, які розривають відносно тісні рамки «комунікативно-наукового» дослідження мас-медіа. І все ж, при цьому були збережені постановка проблеми і висловлювання, які містилися у тексті доповіді. Тому видавалося виправданим назвати запропонований текст «другим виданням», хоча, з огляду на літературу, яка з'явилася за цей час, самі доповнення виходять далеко за межі необхідної актуалізації.

ГЛАВА I

ВІДОКРЕМЛЕННЯ ЯК ПОДВОЄННЯ РЕАЛЬНОСТІ

Те, що нам відомо про наше суспільство і навіть про світ, в якому ми живемо, ми знаємо завдяки мас-медіа.¹ Це стосується не тільки наших знань про суспільство та історію, але й наших знань про природу. Те, що ми знаємо про стратосферу, можна порівняти з тим, що Платон знав про Атлантиду – ми щось про це чули. Або, як говорить Горацийо: *So I have heard, And do in part believe it.*² З іншого боку, 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 робилося у романах жаків 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. Його можна розгадати, його можна теоретично усвідомити. Проте, тут не йдеться про якусь таємницю, яка розкриється, якщо її оприлюднити. Тут швидше можна говорити про «власну цінність» або про «власну поведінку» сучасного суспільства³ – отже, про рекурсивно стабілізовані фактори, які залишаються стабільними і в тому випадку, коли розкривається їхня генетика та спосіб функціонування.

¹ Це важливо для соціологів, які вже не можуть отримувати свої знання, неквапом походжаючи, прислуховуючись і приглядаючись неозброєним оком. Саме тоді, коли вони використовують так звані емпіричні методи, вони – із засобів масової інформації – завжди знають те, що вони знають, і те, чого не знають. Пор.: Lindner, Rolf. *Die Entdeckung der Stadtkultur: Soziologie aus der Erfahrung der Reportage.* – Frankfurt, 1990.

² Чував таке і я – і трохи вірю (у пер. Л.Гребінки)

³ Це відповідає ідеям Хайнца фон Фюрстера: Foerster, Heinz von. *Token for (Eigen-) Behaviors // Seaside: Observing Systems*, 1981. – S. 273-285.

У подальшому терміном мас-медіа будуть позначатися всі інституції суспільства, які для поширення комунікації використовують технічні засоби множення. В першу чергу, необхідно вказати на книжки, журнали та газети, для виробництва яких використовується друкарський станок. А крім того – і на фотографічні та електронні способи копіювання будь-якого стибу, якщо вони використовуються для виготовлення продуктів у великій кількості для не визначених наперед адресатів. До цього поняття входить також і розповсюдження комунікації через радіохвилі за умови, що ця комунікація є загальнодоступною і не слугує спілкуванню окремих осіб по телефону. Недостатньою умовою є масове виробництво манускриптів під диктовку, як це відбувалося у середньовічних скрипторіях, а також загальна доступність приміщень, в яких відбувається комунікація – лекції, театральні вистави, виставки, концерти. Проте, розповсюдження подібних творів через кінофільми або на дискетах цілком підпадає під поняття мас-медіа. Таке розмежування може видатися дещо свавільним, але головна ідея полягає в тому, що лише машинне виготовлення якогось продукту як носія комунікації – а не писемність сама по собі – призвела до відокремлення особливої системи мас-медіа. В даній галузі технологія розповсюдження відіграє ту ж саму роль, що й гроші як медіум економіки: вона конституює лише медіум, який уможливило формотворення, які потім – на відміну від самого медіуму – створюють комунікативні операції, які уможливлюють відособлення та операціональне замкнення системи.

В будь-якому випадку, вирішальним є те, що *серед присутніх не може відбуватися жодної інтеракції між передавачем та реципієнтами*. Інтеракцію виключено залученням технічних засобів, що має далекосяжні наслідки, які визначають для нас поняття мас-медіа. Винятки можливі (але ніколи щодо всіх учасників), проте вони виглядають інсценованими і в телерадіостудіях з ними саме так і поведуться. Вони нічого не міняють у технічно обумовленій необхідності переривання контакту. З одного боку, через переривання безпосереднього контакту забезпечуються значні ступені свободи комунікації, завдяки чому виникає надмір комунікаційних можливостей, які можна контролювати лише всередині системи через її самоорганізацію та власні конструкції реальності. З іншого боку, діють два селективні фактори – готовність транслювати та зацікавленість у прийманні, які неможливо координувати централізовано. Організації, що продукують комунікацію мас-медіа, залежать від припущення про її прийнятність та сприйняття.⁴

⁴ Про цю неусувну невизначеність (пор.: McQuail, Dennis. Uncertainty about the Audience and the Organization of Mass Communication // Sociological Review Monograph. – № 13.

Це призводить до стандартизації, а також і до диференціації їхніх програм, принаймні, до уніфікації без врахування інтересу окремих індивідів. Втім саме тому окремих учасників комунікації і має можливість вибрати з пропозиції те, що йому підходить, або що він вважає за необхідне знати у своєму середовищі (наприклад, як політик або вчитель). Такі структурні рамкові умови способу діяльності мас-медіа звужують сферу того, що вони спроможні реалізувати.

Про реальність мас-медіа можна говорити у подвійному сенсі. Наш заголовок покликаний позначити цю двозначність і тому її слід розуміти як амбівалентність. Адже єдність цього подвійного смислу є тим предметом, який буде опрацьовуватися в подальших міркуваннях.

Реальність мас-медіа, можна б сказати, їх реальна реальність, полягає у їх власних операціях. У друкуванні та мовленні. У читанні. У прийманні передач. Незчисленні комунікації при підготовці та пізніших обговореннях супроводжують цей процес. Але процес розповсюдження можливий лише на основі технологій. Те, як вони функціонують, структурує і обмежує сферу того, що можливе як масова комунікація. На це необхідно зважати у будь-яких теоріях мас-медіа. Попри це, як операції в системі мас-медіа ми не будемо розглядати роботу таких машин, а тим паче їхнє механічне чи електронне внутрішнє життя. Не все, що є умовою можливості операцій системи, може бути частиною оперативних ланцюжків самої системи. (Це звичайно ж, стосується і живих створінь і взагалі усіх аутопойетичних систем). Тому цілком доречно розглядати реальну реальність мас-медіа як комунікації, що в них відбуваються та їх пронизують. Ми не сумніваємося у тому, що такі комунікації відбуваються фактично (хоча в теоретико-пізнавальному розумінні всі висловлювання, а відтак і це, є висловлюваннями спостерігача, а тому мають свою власну реальність в операціях спостерігача).

Виключаючи з комунікаційних операцій технічну апаратуру, «матеріальності комунікації»⁵, — адже за всієї її важливості вона не є частиною повід-

— 1969. Р. 75-84; Burns, Tom. Public Service and Private World // Halmos, Paul (Hrsg.) The Sociology of Mass Media Communicators... — Staffordshire: Keele, 1969. — Р. 53-73.) можна зробити висновок про особливу заангажованість виробників своїми продуктами.

⁵ У розумінні Ганса Ульріха Гумбрехта : Gumbrecht, Hans Ulrich; Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.) Materialität der Kommunikation. — Frankfurt; 1988. Див. далі для порівняння Weischenberg, Siegfried, Hienzs, Ulrich. Die Entwicklung der Medientechnik // Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hrsg.) Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. — Opladen: 1994. — S. 455-488.

млення, ми включаємо до них прийом [інформації] (з її розумінням або неправильним розумінням). Комунікація відбувається лише тоді, коли хтось бачить, слухає, читає, – і розуміє інформацію настільки, що на її основі може відбуватися наступна комунікація. Іншими словами, саме лише повідомлення ще не є комунікацією. При цьому для мас-медіа – на відміну від взаємодії між присутніми – важко визначити коло адресатів, що наразі беруть участь у комунікації. Тому, в більшості випадків однозначна присутність учасників комунікації повинна замінюватись на припущення такої присутності. Особливо це стосується випадків, коли необхідно врахувати реалізацію розуміння/неправильного розуміння у подальшій комунікації всередині або за межами системи мас-медіа. Проте, така невизначеність має і ту перевагу, що рекурсивні петлі не затягуються занадто міцно, що комунікація не блокується відразу через невдачі та суперечливість, а має можливість шукати прихильну публіку та експериментувати з різними можливостями.

Ці термінологічні оконтурювання стосуються реальних операцій, за допомогою яких система відтворює саму себе та свою відмінність від навколишнього світу. Втім, можна говорити про реальність мас-медіа і в другому розумінні, а саме в сенсі того, що *для неї або через неї для інших видається реальністю*. Якщо говорити в термінології Канта, то мас-медіа створюють трансцендентальну ілюзію. [За Кантом, трансцендентальна ілюзія – це миминуча похибка розуму, що постає раз у раз як реалізація самої діалектичної природи розуму. Трансцендентальна ілюзія виникає через схильність розуму виходити за межі досвідного застосування категорій, що приводить, приміром, до антиномій чистого розуму, тобто до похибок недисциплінованого розуму. (прим. ред.)] При такому розумінні діяльність мас-медіа розглядається не просто як ланцюжок *операцій*, а як ланцюжок *спостережень*, або точніше – спостережних операцій. Таким чином, щоб досягти саме 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.⁶

Для того, щоб зафіксувати це розрізнення, ми можемо (завжди з посиланням на спостерігача) говорити про першу реальність та про другу (або спо-

⁶ Про логічні наслідки цього розрізнення див.: Esposito, Elena. L'operazione di osservazione: Costruttivismo e teoria dei sistemi sociali. – Milano, 1992.

стережену) реальність. Ми наразі спостерігаємо подвоєння реальності, яке відбувається у спостереженій системі мас-медіа. Справді, в комунікації про щось йдеться. Про щось інше, або про неї саму. Таким чином, йдеться про систему, яка може розрізнити самореференцію та інореференцію. В рамках класичного дискурсу про істину а також про повсякденні уявлення про неї постало б питання, відповідає чи не відповідає дійсності те, що повідомляють мас-медіа. Або відповідає лише наполовину, а наполовину не відповідає, бо істиною «маніпулюють». А як це можна встановити? В окремих випадках це було б можливо стосовно того чи іншого спостерігача і, зокрема, систем, про які тут йдеться; але стосовно маси щоденної поточної комунікації це, звичайно ж, виключено. В подальшому ми будемо принципово виносити це питання за дужки. Ми дотримуємося тієї висхідної позиції, що мас-медіа, як спостерігальні системи, змушені розрізнити між самореференцією та інореференцією. Інакше вони і не можуть. Адже вони не можуть — і вже в цьому полягає достатня гарантія — вважати самих себе за носія істини. Отже, вони повинні конструювати якусь реальність, а саме ще одну реальність; відмінну від їх власної.

На перший погляд, ця думка може видаватися цілком тривіальною. Про це можна було б і не згадувати, якби навколо цього виду «конструктивізму» так палко не сперечалися на теоретико-пізнавальному рівні і в самих мас-медіа.⁷ Але: якщо все пізнання повинне розроблятися на основі розрізнення між самореференцією і інореференцією, то це разом з тим означає, що все пізнання (і тим самим вся реальність) є конструкцією. *Адже це*

⁷ Щодо дискусії про «конструктивізм» як теорію мас-медіа див. Boverter, Hermann; Weischenberg, Siegfried; Sachser, Ulrich у повідомленні про радіовиступ у: *Communicatio Socialis*. — № 25 (12). — Heft 2. З критикою на це див.: Luhmann, Niklas. *Der „radikale Konstruktivismus“ als Theorie der Massenmedien? Bemerkungen zu einer irreführenden Diskussion* // *Communicatio Socialis*. — № 27. — 1994. — Р. 7-12. Далі див. низку доповідей: Merten/Schmidt/Weischenberg (Hrsg.) *Die Wirklichkeit der Medien: Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. — Opladen, 1994. Ця дискусія потерпає від проблематичної подачі т. зв. «радикального конструктивізму». Його радикальність повинна полягати в редукції до ідеї, суб'єкту, вживання знаків. Але ця позиція неможлива з погляду логіки. При використанні таких розрізень, як ідея/реальність, суб'єкт/об'єкт або знак/позначене не можна відмовитися від однієї сторони розрізнення, не відмовляючись від самого розрізнення. Не існує (див. «Феноменологію» Гусерля) жодного безоб'єктного суб'єкта, жодної ідеї, не пов'язаної з реальністю, жодного використання знаків без референції. Тому на боці «конструктивістів» варто було б докласти зусиль до того, щоб замінити розрізнення, якщо вони все ж застаріли, на інші, скажімо, на багатократно перевірене розрізнення системи і зовнішнього світу.

розрізнення між самореференцією та інореференцією не може існувати у зовнішньому світі системи (бо що б тоді були ці «сам» та «інший?»), а лише в самій системі.

Тут ми, як і в теорії пізнання⁸, робимо вибір на користь оперативного конструктивізму. Конструктивістські теорії стверджують, що когнітивні системи не спроможні розрізнити умов існування реальних об'єктів та умов їх пізнання, оскільки вони не володіють незалежним від пізнання доступом до таких реальних об'єктів. Щоправда, цей недолік можна виправити на рівні спостереження другого порядку – спостереження когнітивних операцій інших систем. Тоді можна побачити, як їхні «фрейми» [рамки (з *англ.*), тобто оформлювальні структури, що містять певну інформацію – прим. ред.] формують їх пізнання. Проте, це лише призводить до повторення проблеми на рівні спостереження другого порядку. Адже спостерігачі інших спостерігачів не в стані відрізнити умов існування цих спостерігачів від умов пізнання того, що мова йде про певних спостерігачів, які самі себе обумовлюють.

За всієї дивергенції спостережень першого та спостережень другого порядку це розрізнення не скасовує основний постулат конструктивізму, а підтверджує його через зворотній висновок стосовно самого себе, тобто «автологічно». Як би конвергенція не рефлектувала саму себе, – первинна реальність знаходиться не у «світі довкола», а в самих когнітивних операціях⁹, оскільки вони можливі лише за двох умов, а саме завдяки тому, що вони створюють самовідновну систему, а також тому, що ця система спроможна вести спостереження лише тоді, коли вона розрізняє саморефе-

⁸ Див. детальніше: Luhmann, Niklas. Erkenntnis als Konstruktion. – Bern, 1988; Luhmann, Niklas. Die Wissenschaft des Gesellschaft. – Frankfurt, 1990.

⁹ Широко розповсюджену протилежну думку див., напр.: Hayles, N. Katherine. Constrained Constructivism // Levine, George (Ed.) Realism and Representation: Essays on the Problem of Realism in Relation to Science, Literature and Culture. – Madison, Wisc., 1993. – P. 27-43. Див. також мою дискусію з Катериною Хейлз, що публікується в Cultural Critique (на момент підготовки оригіналу, в друці). Хейлз припускає, що поза когнітивно-оперуючими системами існує певний недосяжний «безпосередній потік» (unmediated flux), подібно до потоку в собі; що, втім, когнітивна система все ж спроможна пересвідчитися в реальності лише завдяки тому, що вона підтримує контакт з цим зовнішнім світом, хай навіть і на внутрішній стороні кордону системи. «Хоча не може бути ніякої зовнішньої сторони, яку ми можемо пізнати, існує кордон» (с. 40). Але в такому випадку цей контакт мусів би мати гермафродитний характер: ні зсередини, ні ззовні.

ренцію та інореференцію. Ці умови мають емпіричний (а не трансцендентальний) характер. А це означає, серед іншого, і те, що вони можуть бути виконаними лише за багатьох інших умов, які сама система гарантувати не в змозі. Операціональний конструктивізм жодним чином не піддає сумніву існування зовнішнього світу. Адже в протилежному випадку поняття межі системи, яке передбачає наявність іншої сторони, не мало б сенсу. Таким чином, теза операціонального конструктивізму не призводить до «втрати світу», вона не відкидає наявність реальності. Проте вона виходить з припущення світу не як предмету, а як горизонту у феноменологічному розумінні. Тобто як чогось недосяжного. Саме тому не залишається іншої можливості, ніж конструювати реальність та інколи спостерігати спостерігачів, як ті конструюють реальність. Цілком ймовірно, що потім у різних спостерігачів складеться враження, що вони пізнають «одне й те саме», і що теоретики трансценденталізму спробують це пояснити виключно конструкціями трансцендентальних апіорі – цієї невидимої руки, яка упорядковує пізнання наперекір індивідуальності. Але насправді це також конструкція, бо вже просто не обійтися без відповідного системно-специфічного розрізнення між самореференцією та інореференцією.

Тому те, що мається на увазі під «реальністю», може бути лише внутрішнім корелятом системних операцій, а не, скажімо, якоюсь властивістю, яка притаманна предметам пізнання окрім того, що вирізняє їх за індивідуальними чи родовими ознаками. Адже реальність, зрештою, є нічим іншим, як індикатором успішних перевірок системи на консистентність. Реальність напрацьовується всередині системи через надання смислу (або краще по-англійськи: *sensemaking*). Вона виникає тоді, коли розв'язуються суперечності, які можуть виникнути через участь пам'яті у системних операціях, наприклад, завдяки конструкціям простору і часу як вимірів з різними точками, на яких можна локалізувати різні сприйняття або спогади, уникаючи при цьому конфлікту між ними. Коли в комунікації чітко підкреслюється реальність («реальний» лимон, «справжнє» переживання), то цим одночасно підкреслюється, що можливі, і може навіть, доречні сумніви. Чим складнішою стає система і чим більше її подразнюють, тим більшу варіативність може допускати зовнішній світ, не втрачаючи при цьому реальності; тим більше система може дозволити собі працювати з інверсіями, фікціями, з «виключно аналітичними» або статистичними припущеннями, які відсторонюють від зовнішнього світу, яким він є.

Тому всі висловлювання стосовно реальності все-таки зв'язуються із системними референціями, які не підлягають подальшій генералізації (транс-

ценденталізації). Таким чином, наше питання набирає такої форми: Як мас-медіа конструюють реальність? Або дещо складніше (і звертаючись до власної самореференції!): Як ми (наприклад, як соціологи) можемо описувати реальність масмедійних конструкцій реальності? Питання *не* звучить: Як мас-медіа *спотворюють* реальність своїм способом її зображення. Адже в такому випадку передбачалося б існування онтологічної, наявної, об'єктивно доступної реальності, яку можна побачити без побудови різних конструкцій, в принципі – існування первинного космосу сутностей. Хоча науковці можуть, звичайно, стверджувати, що вони краще знають реальність, ніж приречені на «популяризаторство» мас-медіа. Проте це означає лише одне: порівняння власної конструкції з іншою. Цим можна займатися, тим паче за заохочення суспільства, яке вважає наукові описи автентичним пізнанням реальності. Однак, це ніяк не позбавляє нас можливості поставити, в першу чергу, таке питання: як мас-медіа конструюють реальність?

У наукових комунікаційних дослідженнях мас-медіа також звучить подібне питання, коли мова йде про описання зростаючого останніми десятиліттями впливу мас-медіа на суспільні процеси¹⁰. І те, що за власними стандартами мусіло б виглядати як успіх, стилізується потім під кризу. Але ж описання у вигляді кризи повинне передбачати можливість реагування на неї шляхом зміни структури. А такої можливості все ж не проглядається. Криза стосується не способу оперування мас-медіа, а лише їхньої самохарактеристики, відсутності достатньої теорії рефлексії. Для відповіді на цей виклик необхідно виходити не тільки з визнання зростаючого впливу мас-медіа в останні десятиліття – як би не впадало в око, наприклад, те, що економічні підприємства співвідносяться з суспільством вже не тільки через свою продукцію, але й – під навіюванням мас-медіа – через «культуру» та «етику». Винахід ротатійного друкарського станка також не став вирішальним переломом, а лише кроком до посилення ефективності. Адже спостереження і критика масмедійних ефектів стали звичними задовго до цього¹¹. Необхідний більш тривалий історичний період спостережень,

¹⁰ Див., наприклад: Kepplinger, Hans Mathias. Ereignismanagement: Wirklichkeit und Massenmedien. – Zürich, 1992.

¹¹ «Сучасники» (на відміну від греків, – Н. Л.) знаходять мистецтво поезії в книжних лавках разом з нечисельними збільшеними об'єктами, що містяться в ньому, і вони ними користуються для насолоди від першого», читаємо ми у Жана Поля (Paul, Jean. Vorschule der Ästhetik // Werke. – München, 1963. – Bd. 5. – S. 74. Звичайно, таке прояснення минулого на прикладі греків саме є наслідком книгодрукування. Критику залежності письменника від видавця/покупця/читача/рецензента можна прослідкувати аж до початку XVIII століття.

який, в принципі, сягав би часу появи друкарського станка, і в першу чергу потрібні теоретичні інструменти, які були б достатньо абстрактними для того, щоб теорію мас-медіа вбудувати в загальну теорію сучасного суспільства. Для цього в подальшому ми вдаємося до гіпотези, згідно якої мас-медіа являють собою одну з функціональних систем сучасного суспільства, яка, подібно до інших, своєю підвищеною ефективністю завдячує своєму системному відособленню, оперативній замкненості і аутопойетичній автономії.

Втім, цей подвійний смисл реальності – у вигляді операції, яка справді відбувається, тобто за якою можна спостерігати, та у вигляді породжуваного тим самим реальності суспільства і його світу – вказує, серед іншого на те, що поняття оперативного замкнення, автономії і конструкції жодним чином не виключають каузальних зовнішніх впливів. Саме тоді, коли ми змушені виходити з того, що в кожному випадку йдеться про сконструйовану дійсність, ця своєрідність здійснюваних операцій особливо залежить від зовнішніх впливів. Це дуже добре виявилось в успішній військовій цензурі репортажів під час війни у Перській затоці. Цензурі треба було тільки діяти у відповідності до законів мас-медіа, спільно працювати над створенням бажаної конструкції та виключати незалежну інформацію, яку і так навряд чи можна було здобути. Оскільки війна з самого початку була інсценована і як медійна подія, а паралельні фільмування або інтерпретація даних одночасно слугували військовим і розвідувальним цілям, то розділення цих функцій призвело б до майже повної відсутності інформації. Тому цензурі лишалося лише не більш ніж враховувати хронічну потребу мас-медіа в інформації та забезпечувати їх новинами для необхідного продовження передач.¹² Тому, демонстрували, головним чином, військову техніку в дії. Той факт, що при цьому майже повністю була відсутня сторона війни, яка стосувалася людських жертв, викликав досить гостру критику. Втім, так сталося, очевидно, лише тому, що це повністю суперечило уявленням про війну, які вибудовували самі мас-медіа.

¹² Див.: Gödde, Ralf. *Radikaler Konstruktivismus und Journalismus: Die Berichterstattung über den Golfkrieg – Das eines Wirklichkeitsmodells* // Rusch, Gebhard; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.). *Konstruktivismus: Geschichte und Anwendung*. – Delfin, Frankfurt, 1992. – S. 268-288.

Глава 2

«САМОРЕФЕРЕНЦІЯ» І «ІНОРЕФЕРЕНЦІЯ»

Перед тим, як рухатись далі, необхідно детальніше проаналізувати вмонтоване в систему розрізнення між самореференцією та інореференцією. При цьому зовнішньому спостерігачеві (наприклад, нам) впаде в око наступне: оперативно вироблена таким чином межа системи, різниця між системою і зовнішнім світом, копіюється в саму систему. Отже, система вже повинна оперувати і продовжувати свої операції (наприклад, жити або комунікувати), перш ніж породжена в такий спосіб *диференціація* може бути використана всередині системи як розрізнення, і тим самим, як схема для власних спостережень.¹ Отже, необхідно розрізнити *різницю* (Differenz) та розрізнення (Unterscheidung), а це вимагає встановлення певного системного *посилання* (в цьому випадку – мас-медіа), тобто спостереження спостерігача, який в змозі відрізнити себе від того, що він спостерігає.

Якщо говорити більш абстрактно і в математичній термінології, то йдеться (для нас як спостерігачів) про «повторне введення» («re-entry») певного розрізнення в те, що завдяки йому було розрізнене. Як показує розроблене Спенсером-Брауном [Джордж Спенсер-Браун (George Spencer-Brown) (нар. 1923) – англійський математик і філософ, що в книжці «Laws of Form» (Заюни форми, 1969 р.) обґрунтував фундаментальну алгебру когнітивного акту, – прим. ред.] обчислення форми², «re-entry» являє собою пограничну операцію обчислення, яке залишається на рівні спостереження першого порядку та в рамках двохзначних розрізень.³ На початку «повторне введення» передбачається без конкретного формулювання (адже спостереження вимагає розрізнення, а отже передбачає розрізнення спостереження і роз-

¹ Див.: Moreno, A., Fernandez, J., Etxeberria, A. Computational Darwinism as a Basis for Cognition // Revue internationale de systemique. – 1992. – № 6. – С. 205-221.

² Див.: Spencer Brown, George. Laws of Form. – New York, 1979. – Р. 56, 69.

³ До цього детальніше: Esposito, Elena. Ein zweiwertiger nicht-selbständiger Kalkül // Paucker, Dirk (Hrsg.). Kalkül der Form. – Frankfurt, 1993. – С. 96-111.

різненьня) і може бути позначений в кінці – але лише у той спосіб, який веде до «нерозв'язної невизначеності» («unresolvable indeterminacy»), яку вже неможливо розглядати в строгих формах математики і (булевої) алгебри.⁴

Важливий наслідок, на якому досить давно наголосив Хайнц фон Фюрстер⁵ [1911-2002, австро-американський фізик і філософ, який у співпраці з Норбертом Віннером, Лоренсом Фогелем та іншими вважється архітектором кібернетики. Одна з його ідей стосується «кібернетики другого порядку», тобто кібернетики кібернетики, яка досліджує конструкцію моделей кібернетичних систем, враховуючи, що сам дослідник також є частиною досліджуваної системи – прим. ред.], полягає в тому, що обчислення подібного роду більше не може розумітися як інструмент для репрезентативного встановлення «об'єктивної» істини. Воно виявляється «бістабільним», завдяки цьому генерує власний час, який воно, подібно до комп'ютера, «втрачає» так би мовити, в ході власних послідовних операцій. Таким чином створена всередині невизначеність розкладається на лінійну послідовність операцій, які можуть послідовно реалізовувати різноманітні завдання. Не поспішаючи, система формує всі операції в очікуванні того, що до них приєднаються інші [операції]. Так само працює і система мас-медіа: на основі припущення, що її власні комунікації будуть продовжені наступної години або наступного дня. Кожна передача обіцяє вихід наступної передачі. При цьому ніколи не йдеться про репрезентацію світу таким, яким він є на даний момент.

Наступні міркування впливають з необхідності певного «уявного стану» для продовження операцій, які підривають це обчислення.⁶ Можна було б також сказати: «повторне введення» є прихованим парадоксом, адже воне

⁴ Spencer Brown, George. *Laws of Form*. – New York, 1979. – P. 57. Див. там само його важливе пояснення, що ця невизначеність не впливає з використання незалежних змінних, які репрезентують для системи невизначені стани світу, а виходить з настанови самого обчислення. Отже, проблема невизначеності також не може бути розв'язана через підстановку значень (які могли б випливати зі станів світу) замість незалежних змінних математичних рівнянь. Ми можемо дати цьому наступну інтерпретацію: ця проблема невизначеності, яку не можна розв'язати на рівні двохзначного обчислення, є наслідком відособлення системи, яка спонукає її до того, щоб з допомогою re-entry реагувати на в такий спосіб надану диференціацію системи і зовнішнього світу. Отже, вона реагує шляхом – використовуюваного лише внутрішньо – розрізнення самореференції та інореференції.

⁵ Див. його рецензії в журналі *Whole Earth Catalogue*, весна 1969, с. 14.

⁶ Spencer Brown, George. *Laws of Form*. – New York, 1979. – P. 58.

тракує протилежні [сторони] розрізнення (система/зовнішній світ, самореференція/інореференція) як одне й те саме. У сприйнятті системи розмивається розрізнення світу, який він є, та світу, який він є у спостереженні.⁷ Ітім, існують численні, культурно випробувані можливості виправлення помилок, а з часів Маркса та Фрейда також і можливості само-підозри у власному знанні (яке ми вже отримали з мас-медіа) того, що нами керують латентні інтереси або мотиви. На цей випадок у суспільства є «критичні» інтелектуали і терапевти. Проте, в оперативній дійсності – це лише застереження про виправлення помилок, тобто майбутня перспектива, в той час як в оперативно актуальній дійсності неможливо розрізнити світ, яким він є, і світ, яким ми його спостерігаємо.

Вирішення цього парадоксу змішання двох світів потребує уяви або креативних поштовхів, які рефлекторно хоча і звертаються до щойно досягнутого стану системи, але не детермінуються ним. Стан системи впливається в подальшу комунікацію як подразнення, як несподіванка, як новина, причому через операції системи неможливо з'ясувати цю містерію витоку, походження новизни нового.⁸ Сама система вважає себе подразником, який сам себе продукує, не будучи при цьому досяжною для власних операцій, а вже потім займається перетворенням подразника в інформацію, яку вона виробляє для суспільства (і для самої себе в суспільстві). Саме тому реальність системи завжди є корелятом власних операцій, завжди власною конструкцією.

Той факт, що мас-медіа, попри їх оперативне замкнення, не поривають з реальністю, не ізолюються від суспільства, гарантується темами комунікації. Теми є невід'ємною вимогою комунікації.⁹ Вони репрезентують інорефе-

⁷ В рамках загального дослідження комунікації ця амбівалентність також розглядається як необхідна. Див.: Ruesch, Jurgen ; Bateson, Gregory. Communication: The Social Matrix of Psychiatry // New York, 1968. – Р. 238: «Нам ніколи не може бути цілком ясно, чи звертаємося ми до світу, такому, яким він є, чи до світу, такому, яким ми його бачимо».

⁸ Це також не може здійснюватися за допомогою бінарних розрізень, на які система орієнтує свої власні операції, або, принаймні – за допомогою двохзначної логіки висловлювань, орієнтованої на розрізнення «істина/хиба». Про це див.: Gnter, Gotthard. Die historische Kategorie des Neuen // Beiträge zur Grundlegung einer operationsfähiger Dialektik. – Hamburg, 1980. – Bd. 3. – S. 183-210; Logik, Zeit, Immanation und Evolution. – Hamburg, 1980. – S. 95-135.

ренцію комунікації. Вони організують пам'ять комунікації. Вони концентрують матеріали в комплекси подібних повідомлень, завдяки чому під час поточної комунікації стає зрозумілим, чи певну тему зберігають і розвивають, чи її змінюють. Тому на тематичному рівні відбувається постійне узгодження інореференції та самореференції *всередині власної системної комунікації*.¹⁰ Така тема як СНІД не є власним продуктом мас-медіа. Вони лише підхоплюють її, а вже потім обговорюють в такий спосіб і забезпечують їй такий розвиток, який не можна пояснити, спираючись лише на медичні діагнози та комунікацію між лікарями і пацієнтами.¹¹ Типовим продуктом та потребою у продовженні мас-медійної комунікації є, насамперед, публічна рекурсивність обговорення теми, припущення вже відомого та потреби у подальшій інформації. А таке забезпечення публічної рекурсивності, зі свого боку, чинить зворотній вплив на комунікацію в зовнішньому світі мас-медіа, наприклад, на медичні дослідження або на плани фармацевтичної промисловості, яка може досягти мільярдних оборотів на проведенні обов'язкових обстежень, що їх вимагатимуть політики.

Тому теми слугують для структурного поєднання між мас-медіа та іншими суспільними сферами; при цьому вони є настільки еластичними та можуть бути настільки диверсифікованими, що мас-медіа через свої теми можуть вийти на усі сфери суспільства, в той час як системи у зовнішньому суспільному оточенні мас-медіа, напр., політика, наука, право часто мають труднощі у пропонуванні своїх тем для мас-медіа та у забезпеченні їхнього адекватного висвітлення. Успіх мас-медіа у суспільстві ґрунтується на забезпеченні визнання їх тематик, і це не залежить від того, позитивно чи негативно сприймаються інформація, смислові інтерпретації або розпізнавані оцінки. Часто інтерес до певної теми впливає саме з того, що можливі обидва варіанти.

Після їх оприлюднення теми можна вважати відомими; можна навіть виходити з того, що їх відомість є загальновідомою (*als bekannt bekannt*), при цьому особисті думки та дописи щодо окремих тем залишаються відкритими.

⁹ Поп.: Luhmann, Niklas. *Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie*. – Frankfurt, 1984. – S. 213 ff, 267 ff.

¹⁰ Поп.: Marcinkowski, Frank. *Publizistik als autopoietisches System*. – Opladen, 1995. – S. 46.

¹¹ Цю тезу можна було б розвинути більш детально з огляду на тематичну, а не медичну близькість до таких тем, як гомосексуальність або споживання наркотиків і далі – стосовно політичних викликів, які криються в цій тематиці.

ними, подібно до того, як такий медіум, як гроші спирається на їх загальне прийняття, хоча індивідуальні цілі їх витрачання залишаються відкритими. В обох випадках – від теми до теми і від ціни до ціни – варіюється спектр відкритості індивідуальних розбіжностей або преференцій. Такі структури руйнують стереотипне припущення, яке виникає лише з індивідуальної перспективи, про те, що консенсус та конфлікт, або конформізм та індивідуальність взаємно виключають одне одного. Завдяки зростанню структурної складності та в результаті еволюції спеціальних мас-медіа суспільство спроможне більш інтенсивно реалізувати обидві можливості. Зрештою, відомість відомого забезпечує необхідне пришвидшення комунікації. Вона може спиратися на те, що можна вважати відомим, і концентруватися на тому, щоб пропонувати нові (подавати як нові) несподівані ситуації.

Спостерігач (а це можуть бути і організації в системі мас-медіа) може розрізнати між темами і функціями комунікації. Наприклад, він може сказати собі та іншим: якщо ми не повідомимо ту чи іншу новину, якщо ми не подамо прогноз погоди, або відмовимося від новомодних біоскопів, то від нас повтікають читачі. Для цього необхідно рефлектувати комунікацію як комунікацію, тобто актуалізувати самореференцію. Розрізнення «теми – функції» відповідає розрізненню «інореференція – самореференція». З його допомогою спостерігач отримує свободу вибору теми, але в першу чергу – свободу не брати до уваги ту чи іншу інформацію. Йому вже не треба керуватися виключно мотивами істини і тим самим залежати від заданого. Він може подавати і неправдиву, або ймовірно-неправдиву інформацію, якщо враховує її функцію та порівнює її сенсаційність з ризиком можливого викриття.

Таким чином, саме в системі мас-медіа можна виявити ефекти, які діють на систему, яка породжує – з огляду на оперативне замкнення – диференціацію системи і зовнішнього світу і завдяки цьому змушена внутрішньо розрізнати інореференцію та самореференцію, конкретизуючи це розрізнення у застосуванні до власних мінливих станів. Тому взагалі не може йтися про те, щоб за допомогою цієї системи – яка завжди спотворює і потребує корекції – можна було пізнати, як влаштований світ, а потім зробити це бачення загальнодоступним, як би про це не заявлялось у самоописанні системи. Натомість соціолог-спостерігач, який знається на теорії систем, в описанні вкаже, що і як система приєднає операцію до операції в самосконструйованих часових горизонтах, звертаючись кожного разу до власного інформаційного стану, що дає їй можливість породжувати новини, сюрпризи, тобто

інформаційні цінності. Всі добре розуміють, що при цьому з'являється підозра в маніпуляції. Саме тоді, коли світ неможливо відобразити таким яким він є, і реєструвати його миттєві зміни, напрошується висновок, що замість такого відображення міцні критерії треба шукати в інтересах, які маніпулюють системою у бажаному для них напрямку, тобто приписати станам та операціям системи певні зовнішні причини. Але для самої системи вони залишаються особистими думками без наслідків, які, в свою чергу, можна приписати інтересам того, хто їх висловлює. Ця підозра може спиратися на більш-менш науково обґрунтовані казуальні теорії, які, в деяких випадках, можуть оприлюднюватися, якщо цього вимагають обставини. Система може скористатися подібними критеріями – проте виключно у формі, в якій все це можна зробити темою масмедійної комунікації. Фундаментальною основою цього були і залишаються оперативна замкненість обумовлений нею конструктивістський спосіб оперування системою. Таким чином, нагальне питання отримує нове суспільно-теоретичне звучання. Воно повинно звучати так: «Що це за суспільство, яке саме в такий спосіб описує себе і свій світ?»

Гла 3

ДУВАННЯ

ше питання, яке виникає при системно-теоретичному описанні мас-медіа, має спрямовуватись на з'ясування того, як взагалі суспільство умож-воляє і допускає відособлення такої системи. Адже сама по собі кожна комунікація може приєднуватися до будь-якої іншої, причому єдиною умо-вою для цього є можливість встановити смисловий зв'язок.¹ Тому необхід-но пояснити, яким чином *перериваються* такі тематично близькі можли-ві продовження комунікації, перериваючись саме в такий спосіб, який дозволяє проведення меж і побудову всередині цих меж комплексності нової системи за допомогою відособленого виду комунікації.

Процес – на відміну від давньоєвропейського описання суспільства, зокрема, платонівського вчення про політично впорядковане суспільство (царство, держава, республіка) – відособлення відбувається не у формі *поділу* певно-го цілого на основі сутнісних відмінностей окремих частин. Насправді ж, розчленування в суспільній еволюції не відбувається в такий спосіб, тобто не на підставі дуже специфічних еволюційних досягнень, таких як ви-сволення грошей у вигляді монет², що призвело до виокремлення економіч-

вард чи варто тут пояснювати, що це становить украй вирішальну умову. Якщо на вулиці когось спитають про правильну дорогу, то в рамках соціальної системи він може відреагувати, проспівавши «Лілі Марлен», або поставивши зустрічне питання, чи той, хто питає належним чином вірує в Ісуса Христа. Жорстке об-меження можливостей раціонального продовження комунікації вказує соціологам на те, що без більш широких системних диференціацій суспільство зможе досягти лише дуже незначного ступеню складності.

Для цього недостатньо лише економічного обліку і звітності, так само як і відомого прикладу давніх «кредитів», який залежав від існуючих соціальних зв'язків і довіри. Цікально про це див.: Hutter, Michael. Communication in Economic Evolution: The Role of Money // England, Richard W. (Ed.). Evolutionary Concepts in Contemporary Economics. – Ann Arbor, 1994. – P. 111-136.

ної системи; або винайденні концентрації влади в політичних посадах,³ що призвело до виокремлення політичної системи. Іншими словами, необхідна продуктивна диференціація, яка потім за сприятливих умов приводить до виникнення систем, до яких суспільство може лише пристосовуватись.

Для відокремлення системи мас-медіа вирішальним досягненням могли стати винайдення технологій розповсюдження [комунікацій], які не тільки заощаджували на інтеракції серед присутніх, але й ефективно виключали на користь власних масмедійних комунікацій. Сама по собі писемність ще не мала того ефекту, адже спочатку вона була задумана лише як мнемоніка на опору насамперед усної комунікації. Лише книгодрукування настільки широко розповсюдило друковані тексти, що ефективно і зримо виключило усну інтеракцію між всіма учасниками комунікації.⁴ У всякому випадку адресати виявляють себе кількісно: цифрами продажів, квотами включень, але вони не спроможні чинити зворотній вплив. Міру їхньої участі можна відзначити та інтерпретувати, але вона не відображається у зворотній комунікації. Звичайно ж, можливість усної комунікації і надалі зберігається як реакція на друковане або передане в ефірі. *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 інтеракцій між присутніми. Лише завдяки цьому відбувається оперативне замкнення з тим наслідком, що система репродукує власні операції із самої себе і більше не використовує їх для створення інтерактивних контактів з внутрішньо-суспільним зовнішнім світом,⁵ а *натомість* орієнтується на власне системне розрізнення самореференції та інореференції. Попри величезні можливості накопичення інформації, система налаштована на *швидке* пригадування та забування.

³ Для цього недостатньо лише владної вишесті, яка, зі свого боку, залежала від комплексних умов соціальної підтримки.

⁴ Звичайно, зовнішня комунікація повністю не виключається. В окремих випадках вона залишається можливою, наприклад, у формі читачьких листів або у формі спровокованих дзвінків на радіо або телебачення. Але якщо такі відгуки з'являються, вони залучаються в аутопойетичну систему. Вибрані читачькі листи можна надрукувати або – ще під час поточної передачі – звернутися до телефонних відгуків, які висвічуються на екрані студії і в зручний час можуть бути актуалізовані і вбудованими [в систему]. Вони слугують відтворенню системи мас-медіа, а не встановленню контакту між системою і зовнішнім світом.

⁵ Тут також слід попередньо зауважити, що це зовсім не виключає суспільних комунікацій усного, письмового, епістолярного і телефонного типу, а також органі-

За допомогою системно-теоретичного розрізнення самореференція/інореференція ще нічого не сказано про те, як ця Самість себе визначає (*das Selbst das Selbst bestimmt*). Або по-іншому: як здатність операцій до приєднання розпізнається у системі, як продукується і постійно репродукується ця відмінність системи і зовнішнього світу. У типовому випадку функціональних систем, а отже, і в мас-медіа, це здійснюється через бінарний код, який, виключаючи третю можливість, фіксує позитивне і негативне значення.⁶ Позитивне значення позначає присутню у системі здатність операцій поєднуватися одна з одною: тобто те, що дозволяє з чогось розпочати. Негативне значення слугує лише рефлексії умов, за яких може бути використане позитивне значення.⁷ Таким чином, код є двохсторонньою формою, розрізненням, внутрішня сторона якого передбачає наявність зовнішньої. Проте, *це* співвідношення «внутрішнє/зовнішнє» у формі коду не можна плутати з *відмінністю системи і зовнішнього світу*⁸. Також і *внутрішню* межу коду, яка відділяє негативне значення від позитивного, не слід плутати із *зовнішньою* межею, яка диференціює систему по відношенню до зовнішнього світу. Іншими словами, кодова відмінність займає перпендикулярну позицію щодо відмінності між самореференцією та інореференцією. Вона слугує самовизначенню системи. Для цього вона використовує певне *розрізнення*, тобто не принцип, не уявлення про мету, не висловлювання про сутність, не підсумкову формулу, а провідну відмінність, яка наразі залишає повністю відкритим те, як система позначає свою власну ідентичність. Вона залишає це відкритим ще й тому, що про це можуть висловлюватися різноманітні думки, причому ця «поліконтекстуальність» самоописання не *чаважає* системі в її оперуванні. Код, *єдність* цієї специфічної *відмінності*,

юваної відповідальності, правової обов'язковості і тому подібне. Політиків індивідуально запрошують на ток-шоу. Але, і це має вирішальне значення, такі контакти здійснюються не у специфічній формі масової комунікації.

⁶ Про інші випадки кодування див.: Luhmann, Niklas. Codierung und Programmierung: Bildung und Selektion im Erziehungssystem // Soziologische Aufklärung. – Opladen, 1987. – Bd. 4ю – S. 182-201; Luhmann, Niklas. Die Wirtschaft der Gesellschaft. – Frankfurt, 1988. – S. 85, 187; Luhmann, Niklas. Die Wissenschaft der Gesellschaft. – Frankfurt, 1990. – S. 194.; Luhmann, Niklas. Das Recht der Gesellschaft. – Frankfurt, 1993. – S. 165; Luhmann, Niklas. Die Kunst der Gesellschaft. – Frankfurt, 1995.

⁷ Можна вказати і на протилежний випадок системи медицини. Тут лише негативне значення, лише хвороба може служити для приєднання інших операцій, в той час як здоров'я служить лише як рефлексивне значення.

⁸ Ця плутанина зводиться до наївності деяких релігійних моралістів, які припускали, що лише праведники, а не грішники, належать царству божому (хоча вже в Біблії можна натрапити на протилежні твердження).

є достатнім для того, щоб визначити, які операції входять в систему, а як (по-іншому кодовані або не кодовані взагалі) відбуваються у зовнішньому світі системи. Таким чином, у випадку коду йдеться про певне розрізнення яке лише і уможливило самоспостереження, що ґрунтується на розрізненні системи і зовнішнього світу.

Код системи мас-медіа являє собою розрізнення інформації і неінформації. З інформацією система може працювати. Тобто інформація є позитивним значенням, предметним позначенням, за допомогою якого система маркує можливість свого власного функціонування. Але для того, щоб мати свободу розглядати щось як інформацію, а можливо й неінформацію, повинна існувати можливість вважати щось за неінформативне. Без такого рефлексійного значення система була б беззахисною перед всім, з чим вона стикається. І це також означало б, що вона не могла б відрізнити себе від зовнішнього світу, не могла б організувати жодної власної редукції комплексності, жодної власної селекції.

Природно, що інформація про те, що щось не є інформацією, є також інформативною. Для рефлексивних значень є типовим те, що система потрапляє у стан нескінченного регресу (як наприклад, повинна існувати можливість розглядати протиправну дію у правовий спосіб). Це робить її операції залежними від умов, які вона не в змозі, але зрештою, все ж спроможна розпізнати. Втім, проблема нескінченного регресу виникає лише при пошуку остаточних обґрунтувань, а для цього у масмедійній системі і так немає часу. На практиці нескінченний регрес зупиняється шляхом подальшого розрізнення – кодування та програмування. В системі повинен існувати набір правил (які, по можливості, можна змінювати), що вирішували б парадокс інформативності неінформативного. Мова йде про програми, за допомогою яких можна було б вирішити, чи може в системі щось розглядатися як інформативне, чи ні.

Якщо дозволити горизонту того, що може відбутися, повністю розчинитися у невизначеності, то інформації видавалися б не несподіваними, а довірливими. Їх не можна було б використовувати, адже вони нічого не пропонують такого, чому можна було б навчитися, їх не можна переформувати у надлишкові комунікаційні змісти (Redundanzen), які обмежують те, чого можна очікувати в подальшому. Тому будь-яка інформація залежить від категоризацій, які маркують простір можливостей, в якому попередньо структурується сфера вибору того, що може відбуватися як комунікація. Це лише інше формулювання тієї тези, що код інформація/неінформація є

недостатнім; потрібні додаткові програми, за допомогою яких можна розчленувати те, що може очікуватися як інформація, або ж залишається без інформаційного значення, на області селекції – наприклад, на спорт або астрофізику, політику або сучасне мистецтво, нещасні випадки або катастрофи. Єдності та інваріантності коду відповідає плюралізм таких програм або, іншими словами, двохступенева селекція області селекції та конкретної інформації, яка стає зрозумілою лише шляхом віднесення інших варіантів до певного «звідки».

Комплексна, самореференційна (*in sich zurücklaufende*) структура посилення кодування мас-медіа та необхідність її розриву через попереднє запровадження програмних областей підводять до питання про те, як можна пристосувати поняття інформації до такого її використання. Інформація, природно, поширюється скрізь, де присутня діяльність свідомості або комунікації. Без інформації немає комунікації, бо, зрештою, говорити випадає лише про щось, що варте бути повідомленим.⁹ Адже саме ця універсальна присутність інформації у всіх смислових операціях дозволяє відмовитися від того уявлення, що інформація буцімто може транспортуватися від системи до системи подібно до дрібних часток; що вона існує, так би мовити, незалежно від користувача. Якщо трапляється операціональне замикання систем, відбувається також і запирання процесу обробки інформації (що, звичайно ж, в жодному разі не означає, що система потрапляє у стан завищення, вільного від казуальної залежності). Таким вимогам відповідає ви-

⁹ Тут варто зазначити, що інформаційне значення повідомлень – особливо в інтеракціях між присутніми та у суспільствах, які знають лише такий спосіб комунікацій – можна маргіналізувати. Говорити треба навіть тоді, коли говорити нема про що, тому що через участь у комунікаціях можна висловити прихильне ставлення і [соціальну] приналежність, бо інакше могла б виникнути підозра у недобрих намірах. [Про це див.: Malinowski, Bronislaw. *The Problem of Meaning in Primitive Languages* // Ogden, C. K., Richards, I.A. *The Meaning of Meaning: A Study of the Influence of Languages upon Thought and of the Science of Symbolism*. – London, 1960. – P. 296-310; Marshall, Lorna. *Sharing, Talking, and Giving: Relief of Social Tensions Among King Bushmen// Africa*. – 1961. – № 31. – P. 231-249. Рюш і Бейтсон розглядають цю обставину (сучасних відносин) як вирішення парадоксу шляхом позитивної мети комунікації. Комунікують: «we are communicating», в той час як парадоксальним було б комунікувати: «we are not communicating». В системі масової комунікації цієї проблеми більше не існує на рівні комунікації, тому що тут панує код інформації/неінформація; вона з'являється у формі організаційної вимоги заповнювати прокований простір і ефірний час – чи більшою кількістю розказаних історій, чи інструментами, чи музикою.

значення інформації Грегорі Бейтсоном, згідно якого інформація «є певним розрізненням, що продукує розрізнення під час пізнішої події».¹⁰

Імплікації такої пропозиції визначення (інформації) вимагають дещо точнішого аналізу. Єдність поняття інформації розбивається на дві відмінності каузально пов'язаних між собою. Завдяки цьому з'являється можливість врахувати ту обставину, що далеко не завжди кожна відмінність становить (справжню) відмінність.¹¹ Як сприйняття, так і мова пропонують надлишок відмінностей; і навіть якщо обмежити їх відповідними актуалізованими відмінностями, тобто тим, на що ми в даний момент дивимося або що ми говоримо, то їх залишається все ще набагато більше, ніж використовується для формування відмінності серед передумов подальших операцій. Сприйняття фокусує щось визначене в певному контексті, який також необхідний бачити. Для того, щоб сказати щось визначене, в реченнях використовується багато слів, а отже, і багато розрізень. Але лише те, що на короткий або середній термін залишається в пам'яті, і «створює відмінність».

Таку селективну розробку інформацій можна адекватно розуміти лише як системне досягнення, а значить – як внутрішньо-системний процес. Єдність інформації є продуктом певної системи: при сприйнятті – психічної а при комунікації – соціальної. Отже, завжди треба з'ясовувати, яка система виробляє ці відмінності, або, за словами Джорджа Спесера-Брауна, яка система виконує вказівку «відособити» (*draw a distinction*), що породжує всю будь-яку відособленість (*Distinktheit*).¹²

Якщо ж додатково виходити з теорії оперативної замкнених систем обробки інформації, то виробництво інформації та її переробка повинні відбуватися всередині одних і тих самих меж системи, а *обидві* відмінності, про які говорить Бейтсон, повинні *бути розрізненнями однієї і тієї ж системи*. Відповідно, не існує перенесення інформації від системи до системи. Втім системи можуть виробляти інформації, які будуть курсувати між їхніми підсистемами. Таким чином, завжди необхідно називати системну рефе

¹⁰ Див.: Bateson, Gregory. *Ökologie des Geistes: Anthropologische, psychologische biologische und epistemologische Perspektiven.* – Frankfurt, 1981. – S. 488.

¹¹ Наприклад, сенс математичного рівняння полягає у ствердженні відмінності, але не створює ніякої відмінності. Це також означає, що математика рівнянь знищує інформацію і нейтралізує час (а саме, більш пізніше розрізнення).

¹² Див.: Spencer Brown, George. *Laws of Form.* – New York, 1979. – P. 3.

ренцію, яка і є передумовою використання поняття інформації. Адже інакше буде не ясно, що взагалі малося на увазі.¹³

Вочевидь, найважливіша особливість коду «інформація / неінформація» полягає у його відношенні до часу. Інформації не можна повторити; вони, відразу ж після того, як стають подією, перетворюються на неінформацію. Повідомлення, повідомлене вдруге, хоча і зберігає своє змістовне навантаження, проте втрачає інформаційну цінність.¹⁴ Якщо інформація використовується як значення коду, то це означає, що операції системи постійно і невідворотно перетворюють інформацію в неінформацію.¹⁵ Перетинання межі між одним значенням і протилежним відбувається автоматично, за допомогою лише одного аутопойезису системи. Свій власний результат (output), тобто вже відомі факти, система постійно знову вводить в систему, а саме з негативного боку коду, як неінформацію; цим вона примушує сама себе до постійного пошуку нової інформації.¹⁶ Іншими словами – система сама себе «зістарює». Звідси можна було б зробити висновок про те, що

¹³ Читач, вочевидь, помітить, що ці висловлювання кореспондуються з міркуваннями про операційний конструктивізм.

¹⁴ Щодо цього розрізнення лив.: MacKay, Donald M. *Information, Mechanism and Meaning*. – Cambridge, Mass., 1969.

¹⁵ В цьому полягає важлива відмінність між кодом мас-медіа і кодом системи мистецтва. Витвори мистецтва повинні демонструвати достатню амбівалентність, велику кількість можливостей їх прочитання. Особливо у сучасному мистецтві ця прикмета провокаційним чином доводиться до крайності. Це є темою: Eco, Umberto. *Opera aperta*. – Milano, 1988. І, ймовірно, ця тенденція крайніх вимог до спостерігача становить, зі свого боку, певну реакцію на мас-медіа та можливості технічного копіювання творів мистецтва. «Поминки за Фінніганом» – своєрідний протест проти можливості читання; і навпаки, стилістичні вимоги, які втовмачуються в голови журналістів ще в часи навчання, діаметрально протилежні тенденціям до відкритого витвору мистецтва. Пор., наприклад: Evans, Harold. *Newsman's English*. – New York, 1972. Для того, щоб звільнити мистецтво тексту від подібних вимог, на постмодерному жаргоні говорять про «читабельний» (“readerly”, “lisible”) текст.

¹⁶ Марцінковські вбачає код системи у розрізненні публічне/закрите, де публічне має позитивне значення. Проте, це не може пояснити ту своєрідну динаміку системи, яка випливає з того, що система не може працювати з тим, що вже оприлюднено. З кожним результатом (output) або «метою» публікації система постійно сама закінчує свої операції і може продовжувати їх лише у тому випадку, коли буде поводитися з уже відомим як з негативним значенням, за допомогою якого можна виміряти те, що можна буде опублікувати як невідоме. Відповідно, аутопойезис полягає у безперервному обміні значень – позитивного на негативне (Marcinkowski, Frank. *Publizistik als autopoietisches System*. – Opladen, 1993. – S. 65).

вона, зрештою, використовує код «старе/нове», начебто у неї відсутні інші предметні причини розповсюджувати певну інформацію. Звичайно ж, така автоматика не виключає можливість повторювання. Цим, в першу чергу, користується реклама. Але в такому випадку необхідно використовувати рефлексивну фігуру інформаційної цінності не-інформації, наприклад, я «індикатора важливості і «незабутності» (*Erinnerungswürdigkeit*): теж саме оголошення повторюється багато разів, щоб в такий спосіб поінформувати читача, який помітить повторення, про цінність певного продукту.

Завдяки еволюції мас-медіа ця постійна деактуалізація інформації, ця постійна втрата інформації набуває додаткової ваги. Будь-яка комунікація створює сама по собі надлишок соціальної комунікації. Якщо повідомляють певну інформацію, то про неї можна спитати не тільки у того, хто повідомляв, але і у всіх інших, хто її отримав і зрозумів. Якщо запитати того, хто повідомляв, а потім у адресатів інформації, то нової інформації не отримаєш.¹⁷ Це не матиме серйозного соціального значення до тих пір, поки справа обмежується, так би мовити, приватною інформацією, або принаймні, доки утворюються чутки, які настільки спотворюють інформацію, що вона і надалі викликати інтерес. Проте мас-медіа настільки широкі, розповсюджують інформацію, що вже в наступну мить здається, начебто вона відома вже всім (а її незнання приведе до втрати обличчя і тому не варто визнавати, що ти її не знаєш). Ми вже говорили про відомість відомого і хотіли б вказати лише на необхідну фіктивну компоненту цього модусу переробки інформації. Отже, мас-медіа породжують у всьому суспільстві соціальну надлишковість (комунікації), тобто потребу у новій інформації, яка з цього безпосередньо випливає. Подібно до того, як економіка, що відоскобилась на основі грошових платежів, породжує безперервну потребу у заміщенні потрачених грошей, мас-медіа породжують потребу у заміщенні надлишкової інформації новою інформацією: «свіжі гроші та нова інформація» (*fresh money and new information*) є центральними мотивами сучасної суспільної динаміки.

Отже, за палко обговорюваними особливостями сучасних часових структур, такими як домінування схеми «минуле/майбутнє», уніфікація світового часу, прискорення, розширення синхронності на асинхронне, поряд з грошовою економікою, криються, вочевидь, і мас-медіа. Вони породжують

¹⁷ Про це див.: Bateson, Gregory. *Ökologie des Geistes: Anthropologische, psychologische, biologische und epistemologische Perspektiven.* – Frankfurt, 1981. – S. 524.

се, який обумовлюють, а суспільство до цього пристосовується. Краснословним доказом цьому є прямо таки невротична одержимість науки, політики та мистецтва постійно створювати щось нове (хоча ніхто не знає, звідки походить новизна нового і наскільки великий її запас). Крім того, падає в око і те, що сучасне суспільство із самоназвою «модерне» поєднує оцінку,¹⁸ яка, в залежності від того, як оцінюється (невідоме) майбутнє оптимістично чи песимістично),¹⁹ може нести позитивне або негативне навантаження. Ця вимушена необхідність самооцінки викликана, вочевидь, тим, що мас-медіа щоденно подають нову інформацію і, тим самим, породжують необхідність у загальній оцінці, самі ж задовольняючи її. Все більш академічна рефлексія академічного дискурсу модерну²⁰ також послуговується книгодрукуванням – адже інакше не можна б було досягти цього темпу і масовості публікацій навіть на такому далекому від реальності рівні. А щоб після цього змогти сказати щось нове, говорять, зрештою, навіть про «постмодерн».²¹

Якщо розглядати цю стурбованість новим як імпульс, що повторюється, тобто як процес, стає зрозумілим, що цей процес складається з двох рядів, які він комбінує між собою і потім звертається до них як до однієї

Це впадає в око при порівнянні з середньовічною та ранньо-модерною риторикою, який за допомогою слів «antiqui» і «moderni» або «ancience» і «modernes» просто означали ті, хто жили раніше і живуть тепер, а їх оцінка випливала з риторичної диспозиції. Див. літературу про суперечки через «суперечки», приміром: Buck, August. Die «querelle des ancience et des modernes» im italienischen Selbstverständnis der Renaissance und des Barock. – Wiesbaden, 1973; Goessmann, Elisabeth. Antiqui und Moderni im Mittelalter: Eine geschichtliche Standortsbestimmung. – München, 1974; або Black, Robert. Ancients and Moderns in the Renaissance: Rhetoric and History in Ascoli's Dialogue of the Preeminence of Men of His Own Time // Journal of the History of Ideas. – 1982. – № 43. – P. 3-32.

¹⁸ Тоді можливі всі мислимі комбінації, до прикладу, глибинна амбівалентність у Руссо або вперта, контра фактична – і тому нормативна – позитивна оцінка «сучасності» у Хабермаса.

¹⁹ Див., наприклад: de Man, Paul. Literary History and Literary Modernity // Blindness and Insight: Essays in the Rhetoric of Contemporary Criticism. – London, 1983. – P. 162-165. Або: Habermas, Jürgen. Der philosophische Diskurs der Moderne: Zwölf Vorlesungen. – Frankfurt, 1985.

²⁰ Соціологічні дивацтва (і конфузи) такого дискурсу широко представлені у Джефрі Александера. Див.: Alexander, Jeffrey C. Modern, Anti, Post and Neo: How Social Theories have tried to Understand the "New World" of "Our Time" // Zeitschrift für Soziologie. – 1994. – № 23. – P. 165-197.

послідовності.²² Якщо щось у часовому перебігу визначається як «нове», то тим самим інше стає «старим»; і це попри те, що у той момент, коли це інше було актуальним, воно також було новим. З перспективи схеми спостереження, розрізнення «нове/старе» є лише певною схемою. Без протилежного поняття, без своєї іншої сторони форма не може функціонувати. Але потім преференція нового знецінює те, що вона сама декларує як старе. Тому старе (для нас) до-модерністське суспільство мало всі підстави не довіряти «цікавості» (*curiositas*) і відкидати цю само-девальвацію інституцій. Ми ж навпаки, допомагаємо собі шляхом високо-селективної ревальвації певних видів старовини і перетворюємо їх на олдтаймерів, класиків, антикваріат, наділяючи їх потім новою інформацією, цінами та інтерпретаціями. Отже, і нам відомі форми, за допомогою яких ми можемо поводитися з парадоксом «нове = старе».

Здійснивши наступний теоретичний крок, можна більш точно визначити функцію інформаційної компоненти в операціях систем свідомості або комунікації. Як наслідок цього кодування, яке орієнтоване на інформацію, у суспільстві виникають специфічне занепокоєння і дратівливість, які згодом можуть знову уловлюватися в повсякденній активності мас-медіа та в їх різноманітних програмних формах.²³ Якщо необхідно постійно бути готовим до сюрпризів, то певною розрадою може бути певність того, що завтра ми дізнаємося більше. Саме тому мас-медіа слугують породженню та переробці подразнень.²⁴ Тому і поняття подразнення належить до теорії оперативно-замкнених систем і позначає форму, через яку система може породжувати резонанс у відповідь на події зовнішнього світу, хоча власні операції циркулюють лише всередині системи і не придатні для створення

²² Пор.: Deleuze, Gilles. *Logique du sens*. – Paris, 1969. – P. 9.

²³ Далі пор.: Marcinowski, Frank. *Publizistik als autopoietisches System*. – Opladen, 1993. – S. 133.

²⁴ До епохи мас-медіа говорили про «*admiration*» (= здивування, замилювання, захват, жах перед відхиленнями). Це передбачає наявність зовнішніх спонукань та їх прояв у виключній формі. Якщо мас-медіа нормалізують новизну, то необхідно утворити загальне поняття, яке до цього підходить. Про це див.: Luhmann, Niklas. *Die Behandlung von Irritationen: Abweichung der Neuheit? // Gesellschaftsstruktur und Semantik*. – Frankfurt, 1995. – Bd. 4. Втім, як аргумент у контексті певної еволюційної теорії може використовуватися не *admiration*, а тільки поняття подразнення та подразнюваності. Принаймні, з часів Жана-Батиста П'єра Антуана де Моне де Ламарка (de Lamarck, Jean-Baptiste Pierre Antoine de Monet. *Philosophie zoologique*. – Paris, 1809.)

контакту із зовнішнім світом (адже це повинно було б означати, що вони відбуваються частково зовні, а частково всередині системи). Така концепція подразнення пояснює двохшаровість поняття інформації. Одній його компоненті надана можливість фіксувати певну відмінність, яка визначається як відхилення від вже відомого. Інша компонента позначає наступну за цим зміну структур системи, тобто інтеграцію в те, що можна уявити як стан системи, необхідний для проведення подальших операцій. Як говорилося раніше, мова йде про відмінність, яка породжує відмінність.

І тому можна було б сказати, що мас-медіа не дають суспільству заснути. Вони породжують постійно підтримувану готовність рахуватися з несподіванками, та навіть з перешкодами.²⁵ В цьому сенсі мас-медіа «вписуються» у прискорену самодинаміку інших функціональних систем, таких як економіка, наука і політика, які постійно ставлять суспільство перед новими проблемами.

²⁵ В рамках архітектури парсонівської теорії для цієї функції неспокоею не передбачено місця. Тому прихильники цієї теорії відносять мас-медіа до сфери інтегративної функції і медіуму «вплив». Див. насамперед: Jhonson, Harry M. *The Mass Media, Ideology, and Community Standards* // Loubster, Jan J. et al. (Ed.) *Exploration in General Theory in Social Sciences: Essays in Honor of Talcott Parsons*. – New York, 1976. – Vol. 2. – P. 609–638; Alexander, Jeffrey C. / Colomy, Paul (Ed.) *Differentiation Theory and Social Change: Comparative and Historical Perspectives*. – New York, 1990. – P. 323–366. Це проблематично з різних причини, наприклад, з огляду на надання переваги зображенню конфліктів та відхилень від норми. І в цілому, варто замислитися над тим, чи взагалі первинна орієнтація мас-медіа лежить у соціальному вимірі, чи швидше, у часовому.

Глава 4

СПЕЦИФІЧНИЙ УНІВЕРСАЛІЗМ СИСТЕМИ

Як і в інших функціональних системах, специфічний код є передумовою відокремлення особливої функціональної системи суспільства. Під «відокремленням» слід розуміти виникнення окремої підсистеми суспільства, яка сама реалізує ознаки системоутворення, в першу чергу, аутопойетичне самовідтворення, самоорганізацію, структурну детермінованість, і завдяки цьому всьому – операційну замкненість. У таких випадках йдеться не тільки про феномен, який може відрізнити спостерігач, що поставив перед собою таку мету. Тут система відрізняє сама себе. Тому аналіз системи мас-медіа повинен відбуватися на тому ж самому рівні, що і аналіз економічної, правової, політичної та інших систем суспільства і, попри всі відмінності, зважати на порівнюваність. Першим кроком у цьому напрямку є виявлення функціонального системно-специфічного коду, який використовується як базова диференція лише у даній системі.¹

До найважливіших наслідків такого відособлення належать відносини доповнюваності *універсалізму* і *специфікації*.² На основі власного відособлення система здатна виступати передумовою самої себе, своєї власної функції, своєї власної практики як висхідної точки специфікації своїх власних операцій. Вона здійснює і здатна здійснювати лише те, що внутрішньо за структурою та історичним становищем системи може бути приєднане.

¹ Очевидно, варто прокоментувати поняття базової диференціації. Само собою зрозуміло, що всі системи розрізняють інформацію, яка їх цікавить, і цим породжують порожнечу неінформації. Проте, лише система мас-медіа рефлектує цю диференціацію для того, щоб вміти розпізнавати, які операції належать до системи, а які – ні.

² Це терміни Парсонса. Про їх застосування до теорії мас-медіа див.: Jeffrey C. Alexander, *The Mass News Media in Systemic, Historical and Comparative Perspective*, in: Elihu Katz/Tamás Szecsko (Ed.), *Mass Media and Social Change*, London 1981, p. 19-51.

Але саме цим створюються передумови для того, щоб система могла опікуватися всім тим, що можна тематизувати для власної комунікації. Звідси випливає універсальна компетенція щодо власної функції. Не існує жодних фактів, які б за своєю суттю не були придатні для обговорення в мас-медіа. (Цим не ставиться під сумнів той факт, що можуть існувати заборони юридичного характеру або політичні домовленості про обмеження або відтермінування оприлюднення певної інформації). Мас-медіа є автономними у контролі власної селективності. І тим важливішою є їхня селективність. Тим цінніша їхня увага.

З історичної перспективи можна припустити, що мас-медійний метод селекції, який став уже явним, одночасно виявляє і робить доступним для критики дистанційне керування з боку релігійних, політичних, а віднедавна – і військових чинників. Проте, така критика не може обмежуватися лише вимогами надати місце в мас-медіа для демонстрації власної позиції. Адже це перетворило б мас-медіа у форум для специфічних політичних, релігійних або ідеологічних диспутів, які б позбавили їх самостійних функцій. Тенденційна преса може існувати – але лише тоді, коли існує *не тільки вона одна*, коли є можливість отримати незалежну інформацію. Втім, така преса потребує, як правило, субсидій, тобто вона не отримує підтримки від ринкової економічної системи. Тому більш ефективна форма критики криється, вочевидь, у бажанні отримувати надійну інформацію. Принаймні, не можна розглядати як чисту випадковість те, що з огляду на явну селективність певний шанс отримує і самоселективно специфікована універсальність.

Зрештою, це очікування [тематичної універсальності] може посилюватися у все більш помітній внутрішній диференціації різних програмних галузей. Без претензії на систематичну дедукцію та обґрунтування якоїсь завершеної типології ми чисто індуктивно розрізняємо: новини і коментарі (глава 5), рекламу (глава 7) і розваги (глава 8).³ Кожна з цих галузей використовує код «інформація/неінформація», хоча і в досить різних варіантах. Проте, вони різняться між собою на підставі критеріїв, які є основою для відбору інформації. Тому ми будемо говорити також і про програмні області (а не про підсистеми). При цьому не повинні виключатися і перехреснення, а

³ Про взаємодію цих областей з перспективи їх історичного розвитку див.: Michael Schudson, *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*, New York 1988.

найперше — в кожній із цих галузей можна констатувати рекурсивне зме-
режування з тим, що визначається як моральні переконання та типові пре-
ференції публіки. І все ж, як ми сподіваємося продемонструвати, ці галузі
достатньо чітко відрізняються між собою, щоб забезпечити функціонуван-
ня їх диференціації як найважливішої внутрішньої структури системи мас-
медіа.

Глава 5

НОВИНИ І КОМЕНТАРІ

Найбільш чітко програмну галузь новин та коментарів можна зрозуміти як процес вироблення/обробки інформації. У цій області мас-медіа розповсюджують невідання [Ignoranz] у формі фактів, які потребують постійного оновлення для того, щоб цього ніхто не помітив. Ми звикли до щоденних новин, проте все ж не можна запліщувати очі на еволюційну неймовірність такого засвоєння [звички]. Саме у тому випадку, коли з новинами пов'язується уявлення про щось несподіване, нове, цікаве, варте повідомлення, набагато логічнішим було б не повідомляти про це щоденно у звичному форматі, а почекати, поки така подія відбудеться, щоб потім оприлюднити її. Так, як це відбувалося у XVI столітті у формі листівок, балад, історій про розбійників, написаних з приводу страт, тощо.¹ Заснування підприємства, заснованого на очікуванні того, що і наступного тижня буде надходити достатньо придатної для друку інформації, потребувало неабиякого підприємницького духу, оцінки ринку, на початку досить ризикованої, та, на додаток, організації зі збору інформації. Для сучасників, наприклад, для Бена Джонсона,² серійне виробництво новин було прямим свідченням

¹ Про цю, як і про типові версії історії газетної справи, див.: Davis, Lennard J. *Factual Fictions: The Origin of the English Novel*. – New York, 1983. – Р. 42. Втім, підібраний Девісом матеріал показує, що необхідність у представленні нового і використання його як аргументу в маркетингу проявилась у XVI столітті, насамперед, у секторі розваг і у виробництві дешевої друкованої продукції, – набагато раніше, ніж виникла наука з її поняттям істини, спеціалізованим на нових фактах та їх поясненні.

² Див. комедію «The Staple of News» (Прем'єра у 1625 році, друковане видання датується 1631 роком, цитується за виданням: Ben Johnson (eds. C. H. Herford Precy/ Evelyn Simpson) Vol. VI; Oxford 1966, p. 277-382), зокрема, вставку «До читачів» після другого акту (с. 325): «А новини роблять у вигляді багаторазового продукту (щотижневий обман для витягування грошей) і їх ніяк краще не засудиш, ніж представивши на огляд цю чудернацьку службу паперової скріпки (Office of Staple), де

того, що тут, мабуть, йдеться про обман. Можливо, посередницьку роль відіграла відсутність відмінностей між новинами та розважальним матеріалом в одному і тому ж носії інформації (Medium), а також те, що новини – правдиві чи ні – пропонувалися, як мінімум, у розважальній формі. Крім того, треба було винайти новий стиль, який у відносно невідомих контекстах створював би враження, начебто щось вже сталося, але сталося щойно, тобто не може бути відтворене у звичайних часових формах ні минулого, ні теперішнього. Усіма засобами журналістської стилістики – спеціально для цього створеної – необхідно було викликати враження, начебто те, що відбулося щойно, все ще залишається сучасністю, все ще цікаве і інформативне. Для цього достатньо вказати на континуальність, яка відштовхується від останньої відомої ситуації, і через теперішній час досягає безпосереднього майбутнього, що одночасно робить зрозумілим, чому ця інформація може викликати інтерес. Події повинні зазнати подієвої драматизації – і розчинитися в часі. В часі, який у такий спосіб починає плинути швидше. На рівні всього суспільства спостереження за подіями відбувається практично одночасно з перебігом цих подій.

Якщо замислитися над цією еволюційною трансформацією неймовірного у ймовірне, можна легко розпізнати, що саме у цьому секторі, який згодом стане мас-медіа, відбулося виникнення професії, відомої нині під назвою журналістики. Лише тут можна побачити такі типові тенденції професіоналізму, як власна професійна підготовка, власне суспільно-визнане позначення професії та самопроголошені критерії якісної роботи.³ Щодо інфор-

дорослий може побачити її власну дурість або голод і спрагу публікації памфлетів новин, які виходять кожної суботи, але повністю сфабриковані вдома і не містять ані крихти правди». Отже, виходячи з організації виробництва новин, критика доходить висновку про їх неправдивість. Втім, у тій же п'єсі ми натрапляємо на знаки «подивування/захоплення»:

«Сер! Я зачудований,
методом [утворення] Вашого місця; тут усі речі
так відчуті, підібрані та співставлені,
і видно, як [тут] Смак побрався із Порядком».

Акт I, сцена V, рядки 66-99. Цит. за: Johnson, Ben. *The Staple of News*. – Oxford, 1966. – Vol. VI.

³ В рамках швидше професійно-соціологічних підходів можна все ж натрапити на такі погляди на «журналістику», які залишають поза увагою інші форми медійно-технічного розповсюдження. З останніх робіт див.: Blöbaum, Bernd. *Journalismus als soziales System: Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung*. – Opladen, 1994.

мації, яка пропонується у форматі новин і коментарів, припускається, що вона відповідає дійсності і є правдивою. Можуть траплятися помилки, а іноді і свідомі фальсифікації, які нерідко згодом з'ясовуються. Потерпілі мають право вимагати виправлення (Korrektur). Репутація журналістів, газет, редакторів, тощо залежить від доброго або принаймні достатньо доброго проведення пошуку [інформації]. Тому фальсифікації підкидаються швидше ззовні. Захист часто забезпечується посиланням на джерела, в інших випадках при появі помилкових повідомлень вдаються до екстерналізації. Зрозуміло, що завжди доводиться рахуватися з певним відсотком помилок. Важливо те, щоб їх не вважали більш або менш типовим, нормальним випадком. Вони залишаються одиничними подіями; адже в іншому разі була б зруйнована специфіка цієї програмної галузі новин і коментарів. Ця професія служить суспільству (і самій собі) правдою. Для неправди потрібні особливі інтереси, які не допускають генералізації.

Проте, правдивість цікавить мас-медіа лише у дуже вузьких межах, які серйозно відрізняються від обмежувальних умов наукового дослідження. Тому проблема полягає не у правдивості, а у невідворотній, але водночас, і у бажаній та керованій селективності. Так само, як географічні карти своїми розмірами та деталізацією мало відповідають території, так само, як Трістрам Шенді був мало здатний розповісти про все прожите ним життя, на стільки ж мало ймовірною є стовідсоткова відповідність між інформацією і ситуацією, між оперативною та репрезентованою реальністю. Проте, ставлення системи до її зовнішнього світу – це не просте ставлення односторонньої редукції складності. Навпаки – 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. Розрізненню між інореференцією та самореференцією відповідає розрізнення між зовнішньою і внутрішньою комплексністю. СENS такого подвоєння полягає у тому, щоб створити автономію по відношенню до навколишнього світу, яким він є, та протиставити цьому світу, який вважається детермінованим, свободу селекції: іншими словами – привнести у детермінований, хоча і невідомий світ,⁴ область са-

модетермінації, яка потім у самій системі може розглядатися як сфера, детермінована її структурою.

Завдяки емпіричним дослідженням нам відомі важливі критерії селекції інформації, необхідні для її розповсюдження у вигляді новин або коментарів.⁵ Сама інформація може виступати виключно у формі (бодай навіть незначної) несподіванки. Крім того, вона повинна розпізнаватися як компонент комунікації. Видається, що саме принцип селекції обумовлює посилення цих вимог в інтересах мас-медіа, в тому числі і щодо більшої уваги до зрозумілості інформації для якомога ширшого кола адресатів. Втім, під «селекцією» в цьому контексті слід розуміти не свободу вибору. До того ж, це поняття стосується системи функціонування мас-медіа, а не окремих її організацій (редакцій), чия свобода відбору повідомлень для трансляції є набагато меншою, ніж це часто припускають критики.

Якщо спочатку зупинитися на новинах (на відміну від коментарів), то можна виокремити наступні типові селектори:⁶

- (1) Несподіванка посилюється різким розривом континуальності. Інформація повинна бути *новою*. Вона повинна поривати з існуючими очікуваннями або детермінувати утримуваний вільним простір обмежених можливостей (приклад: спортивні події). Повторення

⁵ Постановка цього питання щодо факторів, які визначають значимість новин або новинну цінність можливих повідомлень належить Йогану Гальтунгу: Galtung, Johann / Ruge, Marie Holmboe. The Structure of Foreign News // Journal of Peace Research. – 1965. – № 2. – Р. 64-91. Типовий список, в якому, щоправда, часто відсутні важливі пункти, а решта зазнають надмірного розчленування, див.: Peltu, Malcom (Ed.) Regulating Industrial Risks: Science, Hazards and Public Protection. – London, 1985. – Р.128-148. З урахуванням посилення усвідомлення ризиків, пропонується наступний підбір критеріїв: (1) актуальність і орієнтація на події; (2) драма і конфлікт; (3) негативність, оскільки погані новини зазвичай містять драму і конфлікт; (4) інтерес до людини; (5) фотогенічність; (6) прості сюжетні лінії; (7) тематична злободенність (належність до структури поточних новин); (8) масмедійний канібалізм; (9) ексклюзивність; (10) соціальний статус джерела інформації; (11) локальні інтереси.

⁶ У більш сучасному слововживанні теорії систем і теорії еволюції використовують також поняття «атракторів», вказуючи тим самим на структурні умови, які тягнуть за собою певні операції. Задля уникнення телеологічних непорозумінь ми надаємо перевагу терміну «селектори».

повідомлень є небажаним.⁷ Новини сприймаються насамперед як одноразові події. Але розпізнавання новин вимагає знайомих контекстів. Це можуть бути певні типи подій (землетруси, нещасні випадки, зустрічі на вищому рівні, банкрутства фірм) або розтягнуті в часі історії, наприклад, скандали чи реформи, про які щодня можна повідомляти щось нове, аж допоки вони не завершаться певним рішенням. Крім того, існує також і серійне виробництво новин, наприклад, біржові або спортивні новини, коли кожного дня трапляється щось нове. Несподіванки і стандартизації підсилюють одне одного задля виробництва інформаційно-значимого, яке в іншому випадку не з'явилося б зовсім або мало не придатну для розповсюдження форму.

- (2) Перевага надається *конфліктам*. Перевага конфліктів як тем полягає у тому, що вони налякають на самостворену невизначеність. Вони відтягують рятівну інформацію про переможців і переможених, посиляючись на майбутнє. Це породжує напругу, а з позиції розуміння комунікації – гадання про можливе завершення ситуації.
- (3) Особливо ефективними збудниками уваги є *кількісні показники*. Квантитативність завжди інформативна, адже певна цифра є лише така, яку назвали – і ніяка інша – ні більша, ні менша. Це не залежить від того, чи зрозумілий предметний контекст, чи ні (тобто, знають чи не знають, що таке валовий національний продукт або другий рядок у турнірній таблиці). Інформаційну значимість медіуму квантитативності можна підвищити шляхом додавання цифр для порівняння – чи то часових (показники інфляції за минулий рік), чи предметних, наприклад, територіальних. Таким чином, завдяки квантифікації можна досягнути беззмисловних ага-ефектів та одночасно надати більше інформації для обізнаних читачів. Крім того, більші цифри породжують більшу інформаційну вагу, в першу чергу до компактних в територіальному і часовому відношенні подій (багато загиблих під час лише *однієї* катастрофи, величезні збитки внаслідок лише одного шахрайства).

⁷ Втім, їх можна вибачити, якщо вони доцільні. «Як вже повідомлялося в одному із повідомлень вчорашнього випуску...». Або вони впроваджуються контрабандою інакшебто мимохіть для того, щоб спростити розуміння інформації тими адресатами, які не стежили за поточними подіями.

Втім, квантифікації виявляються не такими вже й невинними, як це може здаватися. Тут також, якщо розглядати їх впововж певного часу, може проявлятися ефект подвійного ряду, про який йшлося на стор. 16. Якщо щось зростає, воно одночасно і зменшується. Те, що мало місце раніше, одночасно зменшується в порівнянні з його теперішнім станом. Повернення до старих кількісних показників, які колись повністю задовольняли, згодом сприймається як регрес. Суспільство, зорієнтоване на зростання, відчуває постійну загрозу для самого себе у своєму власному минулому. В рядах зі зворотнім напрямком руху, або в негативних оцінках події, звичайно ж, можуть розвиватися і в іншому напрямку: обсяги експорту, що зменшуються, безробіття, що зростає – типові приклади цьому.

(4) *Локальне спрямування інформації*, зі свого боку, надає їй ваги, мабуть тому, що люди вважають себе настільки добре поінформованими про місце свого мешкання, що ціниться будь-яка додаткова інформація.⁸ Газета «The Daily Progress» виходить, в основному, у Шарлоттенсвілі, штат Вірджинія. Новина про те, що собака покусав листоношу, не вийде за межі найближчої околиці відповідного села. Щоб новина була цікава для більш широкого кола, листоношу мусіла б розтерзати ціла зграя псів, але навіть таке повідомлення не з'явилося б у Берліні, якби ця подія сталася у Бомбеї. Отже, віддаленість мусить компенсуватися значимістю інформації або її незвичайністю чи езотеричним характером; до того ж, одночасно повинно створюватися враження, що тут, у нас навряд чи могло статися щось подібне.

(5) *Порушення норм* також заслуговує на особливу увагу. Це стосується правопорушень, але перш за все – порушень моралі, а віднедавна стосується і порушень норм «політичної коректності» (political correctness).⁹ У поданні мас-медіа порушення норм часто набувають

⁸ Роланд Робертсон (Robertson, Roland. Globalisation: Social Theory and Global Culture. – London, 1992. – P. 174) наводить заголовки однієї шотландської газети за 1912 рік: Людина з Абердина пропала безвісти в океані. Приводом послужила загибель «Титаніка».

⁹ Особливо драматичний приклад цьому – публічна дискусія навколо обґрунтування судового вироку голові Національної партії Німеччини Декерту у серпні 1994 року. Судді суду Мантайму припустилися грубої помилки, потрактувавши поняття «сила характеру» стосовно кримінального діяння як пом'якшуючу обставину – аргумент, який навряд чи спав їм на думку стосовно рецидивістів у сфері порушень правил дорожнього руху, крадіжок, тощо. Розповсюдження інформації про цей випадок у мас-медіа – адже тут порушувалось політичне табу – спонукало висловити

характеру скандалів. Це посилює резонанс, пожвавлює сцену та включає можливість висловлення розуміння та вибачення у разі порушення норм. Реакція на скандал може спричинитися до наступного скандалу.

Завдяки таким повідомленням про нормативні порушення та скандали мас-медіа спроможні породжувати почуття загальної розгубленості і обурення, більш сильне у порівнянні з іншими способами. В тексті самої норми цього [почуття] прочитати не можна, адже лише порушення породжує саму норму, яка до того лише «діяла» у масі інших норм. Передумови цього [почуття розгубленості і обурення] полягають у тому, що нікому не відомі масштаби такого виду девіантної поведінки, і що ніхто не знає, як поводити себе інші у подібних випадках. Якщо ж про порушення (про відповідним чином підібрані порушення) повідомляється як про окремі випадки, то це, з одного, боку посилює обурення, і тим самим опосередковано також саму норму, а з іншого боку, зміцнює те, що називають «плюралістичним невіглаством» (*pluralistic ignorance*), а саме – незнання нормального характеру девіантності.¹⁰ І це [посилення норми] відбувається не через ризиковані форми проповіді або доктринерства, які за сучасних умов швидше спричинилися б до тенденції антисоціалізації, а всього лиш у невинній формі кореспондентського повідомлення, яке кожному надає можливість дійти висновку: так – неможна!

Наведемо актуальний приклад на цю тему: багато криміналістично-соціологічних досліджень свідчать про те, що скоєння правопорушень і

свою відразу навіть федерального міністра юстиції і федерального канцлера, що певною мірою поставило під загрозу ті межі, які проводять такі конституційні чинники, як правова держава, розподіл влад та незалежність суду. Варте здивування також і те, що мас-медіа добилися такої швидкої реакції в мас-медіа, що навіть не залишили часу органам правосуддя для виправлення своєї власної помилки. Таке нагнітання мас-медіа ситуації навколо загалом незначної події може підвести нас до питання про те, які максимальні навантаження може витримати правова держава в Німеччині.

¹⁰ Пор.: Popitz, Heinrich. Über die Präventivwirkung des Nichtwissens: Dunkelziffer, Norm und Strafe. – Tübingen 1968. Якщо звернути увагу на повідомлення мас-медіа, виникає враження, що саме скандалізація окремих випадків приводить до того, що розповсюдженість такої поведінки недооцінюється, а увага звертається, швидше, на саму норму.

навіть серйозних злочинів у юному віці є не винятком, а правилом.¹¹ Ця вихідна теза спричинилася до вимог декриміналізації та застосування педагогічних заходів превентивного характеру. Але, оскільки з дорослішанням молоді масові правопорушення і так сходять нанівець, важко оцінити ефективність будь-яких превентивних заходів: думки щодо цього розходяться. Якщо ще більше обмежити наш приклад, то виявиться, що наявне в принципі, знання [про нормальність девіантного] практично відкидається в контексті скандальної, спрямованої проти біженців та інших іноземців злочинності. З огляду на таку «зміну теми» у молодіжній злочинності та її політичного значення неможливо апелювати до профілю нормальності. Ця проблема домінує у повідомленнях мас-медіа, хоча вона не враховується при висвітленні нормальних злочинів – хуліганства, сексуальних злочинів та крадіжок. Відповідно, створюється дієвий політичний тиск, який вже не дозволяє повернути ці повідомлення в статус нормального.

Поряд з повідомленнями про порушення норм, перевага надається також чомусь надзвичайному (на кшталт: алігатор в ставку), яке порівнюється зі звичайними, очікуваними ситуаціями і, швидше, може бути віднесене до сектору розваг. Ефект від постійно повторюваної інформації про порушення норм може ґрунтуватися на переоцінці моральної корумпованості суспільства, особливо у випадку, коли перевага надається повідомленням про поведінку знаменитостей, що «задають тон». В решті відхилень від норми навряд чи можна було б припустити такі ефекти. (Ніхто не стане перевіряти, чи, бува, не завівся алігатор у власному басейні). Але це лише підтверджує те, що норми більш чутливі до відхилень від них, аніж факти, стосовно яких очікування регулюються розрізненням «ймовірно/неймовірно».

- (6) Порушення норм обирають предметом повідомлень насамперед тоді, коли їх можна поєднати з моральними оцінками; тобто тоді, коли вони дають привід для поваги або зневаги щодо певних осіб. Відтак мас-медіа посідають важливу функцію у збереженні та відтворенні моралі. Втім, це не варто розуміти так, нібито вони спроможні фіксувати етичні принципи або принаймні піднімати моральний рівень суспільства, спрямовуючи його на позитивні вчинки. У сучасному суспільстві на це неспроможна жодна інстанція – ні папа, ні церковний собор, ні Бундестаг, ні «Шпігель». І лише на прикладі заскочених

¹¹ Пор. наприклад: Kaiser, Günter. Jugendrecht und Jugendkriminalität. Jugendkriminologische Untersuchungen über die Beziehungen zwischen Gesellschaft, Jugendrecht und Jugendkriminalität. – Weinheim, 1973. – S. 43.

лиходіїв можна показати необхідність таких критеріїв. Репродукується лише код моралі, тобто різниця між хорошими і поганими, або злими діями. Зрештою, за встановлення критеріїв відповідає система права. Мас-медіа здійснюють лише самозбудження суспільства, відтворення моральної чутливості як на індивідуальному, так і на комунікативному рівнях. Але це призводить до певного «розмивання підвалин» (disembedding) моралі, до моралізаторських проповідей, які не підкріплюються жодними підконтрольними зобов'язаннями.¹² Уявлення про мораль та її невинне оновлення формуються на підставі доволі сенсаційних випадків – шляхом демонстрації негідників, жертв та героїв, які добровільно звершують подвиги. Зазвичай, адресат не ідентифікує себе з жодною з цих груп. Він залишається спостерігачем.

(7) Для того, щоб зробити порушення норм більш примітними, а також полегшити читачеві/глядачеві формування власної думки, мас-медіа воліють посилалися на дії, а отже, на самі дійові особи. Складні обставини, які спонукали, а може й змушували дійову особу вчинити те, що вона вчинила, не можуть бути висвітлені вповні. Якщо вони і тематизуються, то лише з метою спекуляцій на її заслугах або провині. Коли дізнаються про те, що якийсь провідний політик ухвалив рішення, то його-авторство ще довго залишається невідомим, за винятком, хіба що, леді Тетчер.

Виступаючи проти помилки, доволі розповсюдженої саме в емпіричній соціології, слід вказати на те, що ні дії, ні дійові особи не дані нам як емпіричні факти.¹³ Адже неможливо ні побачити, ні почути межі (а тим самим, єдність) певної дії або певної дійової особи. Кожного разу йдеться про

¹² Піхард Мюнх (Münch, Richard. *Moralische Achtung als Medium der Kommunikation und die Dynamik der Kommunikationsgesellschaft*. – Frankfurt, 1995. – S. 214) робить з цього висновок про те, що мораль, як символічно генералізований медіум сучасного суспільства, зазнає інфляційних та дефляційних тенденцій. Ймовірно, обидві вони проявляються одночасно (а не змінюючи одна одну): багато говорять про мораль, а віднедавна і про етику, проте, не наважуються на неї покластися і утримуються від того, щоб «витратити» моральні символи у повсякденному житті.

¹³ Щоправда, це ще не пояснює впертого наполягання на цій помилці, що дивну стійкість соціологічної теорії дії до критики. Тут, очевидно, йдеться про передову лінію оборони суб'єкта, де він не повинен називати свого імені, поки що не повинен представляти себе у понятті.

інституційно і культурно обумовлені конструкти.¹⁴ Вільно цитуючи Макса Вебера, можна також сказати, що лише типізувальне розуміння конституює дії. Це одночасно робить зрозумілою функцію мас-медіа у їхньому внеску до культурної інституціоналізації дії: відбувається взаємне копіювання зразків поведінки між медіа і тим, що у повсякденному досвіді презентує себе як дійсність, а це призводить до згладжування та відтворення незвичних дій.

В аналогічний спосіб відтворюються і інтерес до *особистостей*, причому у формах, які не залежать від наявності доступу до біохімічних, нейрофізіологічних чи психічних процесів у відповідних індивідів.¹⁵ Очевидно саме в часи, коли майбутнє переживається як залежне від дій та рішень, орієнтація на особи зростає. Особи постають перед суспільством як *реальні* символи *невідомого* майбутнього. З одного боку, вони вже відомі або могли б стати такими, завдяки телебаченню, з їхніми обличчями, тілами, манерами рухатися, а з іншого боку, ми знаємо, що попри це нам невідомо, як вони будуть діяти. І саме на цьому ґрунтується надія, що за певних обставин на їх дії можна впливати. Якщо ж до цього додати, що ми, особливо у сфері політики, не довіряємо самозображенню та деклараціям про наміри відповідних осіб, їх функція все одно зберігається – нагадувати нам про невідомість майбутнього. І все це у світі нашого досвіду, який загалом є і буде залишатися таким, яким він є.

Посилаючись на дії і особи, система мас-медіа створює для себе важливу амбівалентності, і все це – у тісному зв'язку з повсякденною комунікацією. Щоправда, багатозначності трапляються у будь-якій комунікації, але це не виключає можливості дослідити те, як і де вони локалізуються, щоб відповідати особливим функціям.¹⁶ Тематизація дій та осіб виконує особливу функцію, яка полягає у маскуванні системних меж і, тим самим, відмін

¹⁴ Див.: Meyer, John W., Boli, John., Thomas, George M. *Ontology and Rationalization in the Western Cultural Account* // Thomas, George M. et al., *Institutional Structure Constituting State Society, and the Individual*. – Newbury Park, 1987. – P. 12-37.

¹⁵ Втім, це відповідає стародавній історії слова і поняття «особа» (persona/Person). Про це див.: Luhmann, Niklas. *Die Form „Person“* // *Soziologische Aufklärung*. Opladen, 1995. – Bd.6. – S. 142-154.

¹⁶ Спеціальні дослідження з цієї теми див.: March, James G., Olsen, Johan. *Ambiguity and Choice* // *Organization*. – Bergen, 1976. Поп. також: Feldman, Martha S. *Order without Design: Information Processing and Policy Making*. – Stanford, 1989. Раніше амбівалентність розглядали насамперед як засіб позбавлення від стресу, рольових конфліктів.

ностей операційних модусів різних систем. Поняття дія і особа не можуть обмежуватися ні соціальними процесами, ні процесами, пов'язаними зі свідомістю, їх не можна звести ні до біохімічних, ні до нейрофізіологічних процесів. Навпаки, вони виходять з того, що всі ці процеси роблять свій внесок у здійснення дії і у існування особи, хоча на підставі цих понять не можна визначити, як виникає їх взаємодія. Очевидно, така нечіткість слугує пришвидженню комунікації. Але одночасно вона управляє тим, що може бути приєднаним як подальша комунікація, а що ні.

- (8) Вимога *актуальності* призводить до концентрації повідомлень навколо окремих подій – пригод, нещасних випадків, аварій, осянь. Повідомляється про події, які вже відбулися на момент повідомлення про них. Вимога рекурсивності призводить до того, що на ці події посилаються в пізніших повідомленнях: їм надають або типового значення, або влітають в наративний контекст, який потім можна продовжити. Інколи події, про які повідомлялося, дають привід розповісти про інші подібні події, а згодом і про «серії» таких подій. Кепплінгер і Гартунг називають їх «ключовими подіями».¹⁷ Очевидно, що лише за особливих обставин події дають нагоду для пошуків рекурсії та конструювання серіалів. Такий ревальвації [подій] можуть сприяти додаткові повідомлення про величину завданої шкоди, про катастрофу, яку все ж вдалося відвернути, про завдання шкоди непричетним особам (по можливості – про кожну з них) та про підозри відповідальних осіб у намаганнях приховати правду. Ці обставини не є незмінними; вони варіюються в залежності від передбачуваного інтересу громадськості. Як і завжди, мас-медіа надають особливого забарвлення тому, що вони повідомляють, і як повідомляють. У такий спосіб вони вирішують, що повинно отримати лише ситуативну значимість і бути забутим, а що залишиться в пам'яті. Для забезпечення рекурсивності використовуються – або створюються заново – схеми, дієвість яких не залежить або майже не залежить від того, чи підтверджуються вони конкретними обставинами окремих випадків.

(9) І насамкінець, як особливий випадок необхідно згадати, що висловлення думок також може розповсюджуватися як новина.¹⁸ Значна частина матеріалів для преси, радіо і телебачення з'являється завдяки тому, що мас-медіа взаємно віддзеркалюють одне одного і подають це у вигляді подій. Почасти людей запитують про їхню думку, почасти вони самі нав'язуються зі своїми думками. Але завжди йдеться про події, які б взагалі не відбулися, якби не було мас-медіа. Світ напевно наповнюють додаткові шуми: ініціативи, коментарі, критика. До того, як ухвалити рішення, у знаменитостей цікавляться їхньою думкою – вимогами та очікуваннями, а після ухвалення – як вони до цього ставляться. Таким чином те, що і так відбувається, отримує додаткове акцентування. Але і коментарі можуть стати приводом для критики, а критика – для коментарів. Так мас-медіа можуть збільшувати свою власну чутливість і пристосовуватися до змін громадської думки, яку вони ж самі і продукують. Гарним прикладом цьому є зміна сприйняття в США значення в'єтнамської війни, яку ще й досі (можливо тому, що це була саме зміна ставлення) згадують при всіх військових діях, які здійснюють США.

Відповідно, тут також необхідно подвоїти критерії селекції. Сам предмет обговорення має бути достатньо цікавим. А висловлення думки повинне походити з джерела, позиція якого або особа, що його представляє, мали б примітну репутацію. Дописи читачів також попередньо відбираються для друку – частково, з огляду на ім'я і статус відправника або його організації, але таким чином, щоб селекція не була надто помітною, щоб колонка «Листи читачів» сприймалася як думка народу. Отже, такий вид повідомлення про думки служить подвійній функції: він підкреслює те, що становить предмет думки. Завдяки цій думці повідомлення залишається темою порядку денного (Agendum). До того ж, повторне використання думок джерела підвищує його репутацію. В такий спосіб відбувається постійне змішування реальних подій і подій-думок, завдяки чому для публіки утворюється

¹⁸ Це також здавна спостерігалось з недовірою: У Бена Джонсона читаємо: "Лишень погляньте на розмаїття людських опіній! Подеколи,

Проста їх публікація створить *Новини*;

Так серця не вірять нічому,

окрім того, що бачать у пресі".

Бен Джонсон, «Щаблі новин» (1625/1631), Акт I, сцена V, рядки 51-54.

певна в'язка маса, в якій ще можна розрізнити теми, але не походження інформації.¹⁹

- (10) Всі ці фактори відбору (селектори) посилюються і доповнюються іншими завдяки існуванню організацій, які опікуються селекцією і розробляють для цього власні рутинні процедури.²⁰ Їхня робота полягає в рубрикації і шаблонізації інформації, яка в основному вже відсортована в системі мас-медіа. Для остаточного відбору вирішальне значення мають час та наявність вільного місця (хвилини ефірного часу, колонки). Значимі для цього критерії закріплюються з огляду на придатність повторного використання, тобто вони не є ні новими, ні особливо захоплюючими, ні морально артикульованими, ні конфліктними. Всі ці точки зору зникають на рівні організаційного програмування, адже вони занадто ускладнювали б саму роботу. Самі організаційні програми є прямою протилежністю тому, що вони пропонують як «цінність повідомлення». Організація виконує свою суспільну функцію саме завдяки тому, що вона працює по-іншому.

Якщо розглядати селектори як форми, що привносять і зберігають в пам'яті і свою іншу сторону, то ми побачимо примітні розриви. Дисконтинуальності ще нічого не говорять про майбутнє; дії, рішення, особи, місцеві інтереси не виключають зовнішніх перешкод. Кількісні показники практично нічого не говорять про можливості розвитку – яким би ілюзіям протилежного характеру не віддавалась політична сфера, що розподіляє гроші. Новини породжують і репродукують невпевненість в майбутньому – всупереч будь-яким континуалізаціям світу, відомого з повсякденного сприйняття.

Ця мережа селекторів, яка себе взаємно підсилює, опікується, в першу чергу, виробництвом щоденних новин. Від новин слід відрізняти коментарі,

¹⁹ Особливе питання полягає в тому, чи беруть участь самі мас-медіа – організаційно чи з позиції журналістського етосу – у створенні такої суміші. Принаймні, треба вирішити, чи надається тут значення чіткому поділу на повідомлення і коментар, що є типовим насамперед для англосаксонської преси.

²⁰ Див.: Rühl, Manfred. Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System. – Bielefeld, 1969; Rühl, Manfred. Journalismus und Gesellschaft: Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. – Mainz, 1980. До досліджень Брюля додається ціла низка емпіричних досліджень, які підтверджують його тезу про рутинний відбір інформаційно-значимих повідомлень. Огляд див.: Marcinkowski, Frank. Publizistik als autopoietisches System. – Opladen, 1993. – S. 98. При цьому найбільш все вражає те, настільки сенсаційне є продуктом рутини.

які не залежать від щоденних подій. Вони інформують про контексти деяких новин. Їх цінність як новини не ґрунтується на часі, який тече для всіх рівномірно, а впливає з гіпотетичного рівня знань публіки або тієї частини публіки, на яку вони розраховані; це – репортажі про особливості певних захворювань, про далекі країни, про наукові тенденції, про екологічні або кліматичні процеси, тощо. Але і в цьому випадку йдеться про інформацію з претензією на істинність, про правдиво зображені факти. Величезні обсяги «науково-популярних» книжок покликані, в першу чергу, досягати цієї мети, тобто компенсувати тимчасову, минущу природу новин. Тут мова не йде про розвагу, до специфіки якої ми ще повернемося.

Вже добрі останні десять років можна спостерігати розмивання різниці між новинами і репортажами. Воно виявляється в тому, що оприлюднені новини зберігаються в електронному вигляді і можуть бути використані знову. Тимчасом, це відбувається у величезних масштабах, так що в разі потреби колишні новини можуть трансформуватися в репортажі. І так система знову продукує інформації з інформацій, виробляючи контексти повідомлень, в яких давно відкладені і вже забуті новини набувають інформаційної цінності. Соціологу цікаво було б довідатися, для чого використовується така переоцінка, і з яких приводів вона ініціюється. Те, що відразу спадає на думку – з метою дискредитації: завдання шкоди особам через повторне оприлюднення їхньої історії або, наприклад, з метою демонстрації інертності політичного апарату, який ніяк не реагує на те, що вже давно відоме. Якщо таке припущення підтверджується, то виникає привід поцікавитися мотивами реактуалізації істин – істин, які, з огляду на їхню давнину, вже навряд чи можна перевірити.

Хоча істинність або, принаймні, припущення істинності є необхідною умовою новин і коментарів, мас-медіа відтворюють не код правда/неправда, а – навіть у своїх когнітивних програмних областях – підпорядковуються коду інформація/неінформація. Це можна побачити завдяки тому, що неправда не використовується як рефлексійне значення. Для новин і коментарів (або, принаймні, в ході пошуку матеріалу, про що не говориться в повідомленні) виключення неістинного не є важливим. На відміну від наукової діяльності, інформація в мас-медіа не піддається такій рефлексії, за якої в істинний спосіб необхідно було б констатувати, що неістинне може бути виключене ще до того, як буде стверджуватися істинне. Проблема повідомлень полягає не в цьому, а в їхній селекції, а це має далекосяжні наслідки для того, що можна позначити як кондиціонування (*Klimatisierung*) медійної комунікації.

Хоча ми і розрізняємо різні селектори у сфері новин і коментарів, але ми наражаємося на небезпеку створення занадто спрощеної картини мас-медійних конструкцій реальності. Звичайно ж, проблема полягає у відборі, але ж і сам відбір становить складний процес, не залежно від того, якими критеріями він керується. Будь-який відбір позбавляє контексту і конденсує певні ідентичності, які самі по собі взагалі не мають нічого «ідентичного» (= субстанційного), а повинні ідентифікуватися лише у референційному зв'язку повторного посилення, рекурсивного використання – *і тільки для цього*. Іншими словами: ідентичність надається лише тоді, коли хочеш повернутися до чогось. Але це одночасно означає підтвердження і генералізацію. Ідентифіковане переводиться в схему або асоціюється з певною відомою схемою. Воно отримує позначення і тим самим підтверджується, причому в такий спосіб, що може зберегти той самий смисл і в інших звертаннях до нього за інших ситуацій. Таким чином, в основі будь-якої комунікації – і це стосується як повсякденної, так і виділеної комунікації мас-медіа – лежить зв'язок конденсації, підтвердження, генералізації та схематизації, який у такому вигляді не трапляється у зовнішньому світі, про який йдеться в комунікації. Саме це криється за тезою, що лише комунікація (або точніше, система мас-медіа) надає фактам їхнє значення. Смислові конденсати, теми, об'єкти виникають, якщо формулювати це «за допомогою інших понять, як «власні значення» системи мас-медійної комунікації».²¹ Вони породжуються у рекурсивному зв'язку операцій системи і не залежать від того, чи підтвердить їх зовнішній світ.

Завдяки такій своєрідності набуття ідентичності утворюється *форма*, внутрішня сторона якої визначається можливістю багатократного використання, а зовнішня – випадає з поля зору. Втім, селекція завжди породжує також і іншу сторону представлених продуктів, а саме – неселекцію, або «нерозмічений простір» решти світу. Маркування виділяє те, що з якихось причин є проблематичним, а тому становить інтерес. Але цим воно одночасно вказує на те, що існує ще й інше. Розуміння комунікації – як в цьому, так і в інших випадках – вимагає розрізнення інформації і повідомлення. Тому правдивість інформації (її доведеність, неспростовність і т.д.) є цілком сумісною із спостереженням повідомлення, яке видається контингентним,

²¹ Див.: Foerster, Heinz von. Objects: Tokens for (Eigen-)Behaviors // Observing Systems. – Seaside, Cal., 1981. – P. 274-285; Foerster, Heinz von. Objects: Tokens for (Eigen-)Behaviors // Wissen und Gewissen: Versuch einer Brücke. – Frankfurt, 1993. – S. 103-115.

таким, яким можна знехтувати, продуктом певного рішення та обумовленого мотивами.

Ідентичностями, які в такий спосіб постійно оновлюються, заповнюються соціальна *пам'ять*. При цьому пам'ять не слід розуміти як сховище минулих станів та подій. Такий тягар не можуть нести мас-медіа та інші когнітивні системи. Навпаки, мова йде про постійну дискримінацію забування та пригадування. Комунікативні потужності, що звільнюються, постійно заповнюються смисловими одиницями, необхідними для повторного використання.²² Пам'ять конструє повторювання (а значить – надлишковість), які завжди відкриті для актуального, чутливі до постійно поновлюваної подразнюваності. Це, як свідчать нейрофізіологічні дослідження мозку, є абсолютно сумісним з оперативною замкненістю системи, ба навіть обумовлюється нею. Адже такі самоперевірки на повторну впізнаваність (*Widererkennbarkeit*) взагалі не відбувалися б, якби сам зовнішній світ діяв би в системі у невідфільтрованому вигляді. Завдяки власним можливостям системи пам'ять компенсує і, навіть, надкомпенсує відсутній оперативний контакт із зовнішнім світом і уможливило тимчасове налаштування на тимчасові обставини. Шляхом маркування відомого не допускається забуття (що функціонує майже бездоганно), настання якого можна було б, власне, очікувати при переході від однієї операції до іншої. Разом з цим, повторне насичення [сміслом], яке принагідно активується, пов'язується з процесом навчання. Те, що згадується, не обов'язково позначати часовим індексом «минуле», і ми ще побачимо, наскільки це важливо для реклами, що повторюється. Воно може також сприйматися і як «нове» у випадку його використання лише для поточних перевірок комунікації (як у нейронній та психічній пам'яті) на несуперечливість. Адже без пам'яті нічого не могло б виглядати як «нове» (= те, що відхиляється), а без досвіду переживання дев'янтних подій не могла б сформуватися пам'ять.

Оскільки для повідомлення виділяється і відбирається неймовірна інформація, остільки на передній план виходить питання про підстави селекції.

²² Про нейронну і психічну пам'ять, про звернення до макромолекулярних одиниць розрахунку консистенції див.: Förster, Heinz. *Das Gedächtnis: Eine quantenphysikalische Untersuchung*. – Wien, 1948. Förster, Heinz. *Quantum Mechanical Theory of Memory* // *Cybernetics: Circular Casual, and Feedback Mechanisms in Biological and Social Systems*. Transactions of the Sixth Conference 1949. – New York, 1950. – P. 112-134. Förster, Heinz. *Was ist Gedächtnis, daß es Rückschau und Vorschau ermöglicht* // *Wissen und Gewissen: Versuch einer Brücke*. – Frankfurt, 1993. – S. 299-336.

Зорієнтоване на відбір інформації кодування і програмування системи призводять до автоматичної появи підозри у наявності певних мотивів. Ця проблема є актуальною з часів винаходу книгодрукування. Ні сам світ, ні мудрість мудрих, ані природа знаків, ані письменницькі зусилля не пояснюють виникнення знаків. З огляду на посилення контингентності всіх предметних відносин на початку Нової доби, почалися експерименти з двома різними відповідями. Одна стосується розуміння і має на увазі те, що лише нове, дивовижне, артефактне може принести насолоду, адже все інше є таким, яким воно є. Це – відповідь теорії мистецтва.²³ Інша відповідь стосується іншої сторони комунікації, тобто повідомлення, і саму тут очікує інтерес [публіки]. Це – відповідь теорії політики (політика тут розуміється в старому сенсі – як просто публічна поведінка). Вона призводить до розрізнення мети і мотиву, декларованих та латентних підстав комунікації. Бальтасар Грасіан зводить воедино обидві відповіді у загальній теорії суспільної комунікації. Комунікація – це створення красивої видимості, за яким індивід ховається від інших, а тим самим, зрештою – і від самого себе.²⁴

Ці обидві відповіді, які взаємно розвантажують одна одну, можна знайти і сьогодні – принаймні в системі мас-медіа. З одного боку, неймовірність стала інституціалізованою. Її очікують; вона вважається приводом для збудження уваги. З іншого боку, з'являються підозри, що хтось діє за лаштунками, формує політику в найширшому значенні: мас-медіа «маніпулюють» громадською думкою, вони переслідують невисловлений в комунікації інтерес; вони породжують упередженість («bias»). Цілком можливо, що все, що вони пишуть або транслюють, відповідає дійсності, але це не дає відповіді на питання: для чого? Їм може залежати на економічному успіху або на сприянні ідеологічним опціям, на підтримці політичних тенденцій, на збереженні суспільного status quo (якраз саме це відбувається через майже наркотичне відволікання на кожного разу нові новини), або лише на власному економічному успіху. Видається, що мас-медіа одночасно опі-

²³ Про початок дискусії про італійське мистецтво у XVI столітті (у XVII столітті розуміння того, що лише нове притягує, стало загальноновизнаним) див.: Hathaway, Baxter. *Marvels and Commonplaces; Renaissance Literary Criticism*. – New York, 1968. – Р. 158.

²⁴ Цілком очевидно, що це відповідає давній монастирській традиції, коли посилення внутрішнього релігійного досвіду знаходило свій відбиток в униканні комунікації. В ті ж часи, тобто у XVIII столітті, янсеністи ототожнюють непрозорість мотивів інших з непрозорістю власних мотивів для самого індивіда.

куються своєю достовірністю, і підривають її. Вони «деконструюють» самі себе, адже через свої власні операції вони постійно відтворюють перманентну суперечність між констативними та перформативними текстовими компонентами.

Все це стосується і телебачення. І все ж, телебачення під час трансляції новин вимушене миритися зі своєрідним обмеженням, яке виявляє себе як фактор підвищення достовірності (*Glaubwürdigkeitsbonus*): при зйомці подій воно зв'язане реальним часом, в якому відбуваються події. Те, що відбувається (приміром, футбольний матч, вихор, демонстрація), не може фіксуватися ні до, ні після події, а лише одночасно з нею. Тут також існують різноманітні можливості вплинути на форму подачі матеріалу – зйомка декількома камерами і монтаж, вибір перспективи і сектору зйомки, і звичайно ж – відбір призначених для ефіру подій та вибір часу трансляції. І, нехай з появою цифрових технологій, можливості маніпуляції зросли. Проте, все ж залишається ця особлива очевидність, пов'язана з реально-часовою одночасністю зйомки (але, звичайно ж, не трансляції і прийому), і яка в цьому відрізняється від письмової фіксації текстів. На маніпуляції всім сукупним базовим матеріалом у телебачення буквально «немає часу».

В обох випадках – при мовному і зоровому породженні реальності – реальність у кінцевому підсумку проходить перевірку через спротив одних операцій іншим в рамках однієї і тієї ж системи, а не через репрезентації світу таким, яким він є. Але оскільки мова все частіше змушена відмовлятися від гарантування реальності – адже на все, що говориться, можна подати протилежні твердження, – то відтворення реальності зміщується на рухомі, оптично / акустично синхронізовані зображення.²⁵ Тут, правда, необхідно розпізнавати *gerplay* і не плутати момент трансляції і момент реальних подій; втім, темп і оптично-акустична гармонія потоку образів виводиться з-під дії точкової появи суперечності і породжують враження вже перевіреного порядку. Принаймні, тут відсутнє протиріччя між одним зображенням та іншим в тому сенсі, в якому слово суперечить слову.

Ці –завжди обмежені – можливості маніпуляції та частково перебільшеної, частково поверхневої підозри в маніпуляції важливо розуміти не як ефект, який породжують системи мас-медіа у своєму зовнішньому світі, а саме як

²⁵ Поп.: Godzich, Wlad. *Vom Paradox der Sprache zur Dissonanz des Bildes* // Gumbrecht, Hans Ulrich, Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.) *Paradoxien, Dissonanzen, Zusammenbrüche: Situationen offener Epistemologie*. – Frankfurt, 1991. – S. 747-758.

внутрішньосистемну проблематику. В разі залучення читачів або глядачів розуміння відбувається у системі (відповідно до наших теоретичних стандартів), адже лише в рамках системи може з'явитися привід для комунікації. Само собою зрозуміло, що впливи на зовнішній світ є різноманітними і непередбачуваними. Більш важливе питання полягає у тому, яка реакція виникає у системі самих мас-медіа на постійно відновлювану апорію поінформованості з ознаками безпорадного сумніву.

У підозрі про маніпуляцію відновлюється єдність кодових значень інформації та неінформації. Усувається їх розділення, проте, у такий спосіб, який не може стати інформацією, принаймні, у формі новини. У поверненні (feedback) єдності кодової системи в систему остання, у кращому випадку, досягає свої окремі операції, але не саму себе. Система змушена змиритися з підозрою в маніпуляції, але в такий спосіб вона розкриває свою власну парадоксальність – єдність і відмінність інформації і неінформації – та повертає її в систему. Жодна аутопойетична система не може скасувати саму себе. І це також підтверджує те, що тут ми стикаємося з проблемою системних кодів. На підозру у неправдивості система може реагувати своїми повсякденними операціями, а на підозру в маніпуляції – ні.

Глава VI

ВИПАДОК РІКУПЕРО

Якщо реальність конструюється селективно – настільки успішно і в такому великому масштабі, то необхідно рахуватися і з можливими провалами. Підозра в маніпуляціях, яка незмінно супроводжує такі конструкції, залишається невизначеною до того моменту, поки не з'являться тверді докази, а це завжди означає: їх надають мас-медіа. Гарну нагоду вивчити такий провал надало нещодавно незаплановане інтерв'ю з міністром фінансів Бразилії Рубенсом Рікуперо, яке вийшло в ефір 2 вересня 1994 року.

На 3 жовтня цього ж року були призначені вибори. 1 липня уряд Бразилії запровадив нову «тверду» валюту та вжив жорстких заходів для подолання інфляції. При цьому постійно заперечувалося, що це має якесь відношення до виборів та покликане поліпшити шанси іншого кандидата – Фернандо Енріке Кардосо (представника PSDB, тобто Partido Social Democrático Brasileiro – соціал-демократичної партії Бразилії¹), якого підтримували ділові кола. Щоправда, невпевненість у тому, чи буде реалізований «Plano Real» після виборів, була досить розповсюдженою, але уряд дотримувався чисто економічного обґрунтування.

Дещо протилежне виявилось під час розмови між міністром фінансів та журналістом видання Rete Globo (його племінником). Без відома учасників, розмова була перехоплена параболічними антенами (тут доречніше було б сказати «діаболічними») і передавалася в ефір, аж поки один обурений глядач не перервав її своїм телефонним дзвінком.² У розмові міністр дав недвозначно зрозуміти, що публічне представлення [програми заходів] не відповідало справжнім намірам. Стала очевидною також і маскувальна так-

¹ Ця назва могла б привести до хибного враження про те, що тут буцімто йдеться про політичну партію, яка зберігає власну політичну ідентичність незалежно від результату виборів. Але у Бразилії – інша ситуація (виняток становить Партія праці).

² Повідомлення у всіх бразильських газетах від 3 вересня 1994 року.

тика міністра.³ Під впливом першого шоку цей скандал здавався катастрофою для виборчої кампанії Кардозо. Не допомогли жодні виправдувальні пояснення (буцїмто все це носило іронічний характер і т. п.). Міністр вимушений був подати у відставку. Курси акцій на біржі Сан-Пауло впали на 10,49 відсотків. Скандал був списаний на одну особу, якої і позбулися. У своєму коментарі Кардозо заявив, що це не його проблема, а проблема міністра. ТБ-канал Rete Globo, відповідальний за це упушення, намагався обмежити завдану шкоду. На багато днів скандал став темою номер один.

Але не для населення. Декілька днів потому опитування, проведене Інститутом Геллапа виявило, що електорат не відреагував. Кардозо зберіг значний відрив від свого основного конкурента Лули (РТ)⁴. Таким чином, весь скандал розгортався на рівні громадської думки, а якщо взяти до уваги і біржу – то і на рівні спостереження другого порядку. Воно (спостереження) полягало у реакції громадської думки на саму себе.⁵ 3 жовтня 1994 року у першому турі Кардозо був обраний президентом Бразилії абсолютною більшістю голосів.

Але в чому ж проявляються – існуюча і без подібних викриттів – підозра в маніпуляції та загальна невіра в чесність політиків? Адже ніхто не сумнівається в існуванні розриву між публічними деклараціями і дійсними намірами, про які говориться лише в приватному колі.

Попри всі раціоналістичні припущення щодо ролі громадськості як фактору з'ясування істини, цей випадок показує, що істину очікують не в публічній, а в приватній комунікації.⁶

³ У розмові міністр заявив: «A única forma que eu posso provar o meu distanciamento do PSDB é criticar o PSDB». Цитується за журналом *Veja* від 7 вересня 1994 року, стор. 32. Журнал назвав цей випадок «стриптизом Рікуперо» і прокоментував «Ele desnudou seu cérebro».

⁴ Кардозо отримав 41,6% (за прогнозами – 42,8%), Лула 20,3% (за прогнозами – 21%). Збільшилася лише кількість тих, хто утримався: з 11% до 12,9%.

⁵ Тут все ж слід зауважити, що з цього не можна робити висновки стосовно інших країн з більш тривалим досвідом демократії та менш відчуженим нижнім прошарком.

⁶ Так само коментує і журнал *Veja*: «Óbvio que todo mundo diz uma coisa em público e outras no âmbito privado, as pessoas de confiança. O chato, para o ministro, é que todo mundo sabe, por experiências próprias, que as conversas particulares são muito sinceras do que as declarações públicas».

Глава 7

РЕКЛАМА

Від істини – до реклами. Реклама належить до найзагадковіших феноменів всієї сфери мас-медіа. Як можуть заможні члени суспільства бути настільки дурними, щоб витрачати немалі гроші на рекламу заради підтвердження своєї віри в дурість інших? Важко втриматися, щоб не заспівати тут хвалу глупоті, але здається, що це спрацьовує – нехай навіть у формі самоорганізації глупоти.

Все, що ми завжди підозрювали, раптом виявляється правдою. Реклама намагається маніпулювати, вона працює нещиро і припускає, що це припускають [інші]. Вона наче бере на себе смертний гріх мас-медіа – начебто це може врятувати всі інші передачі. Можливо, це і є причина того, що реклама грає з відкритими картами. Тут одним ударом знаходять своє вирішення проблеми підозри у вмотивованості, про які ми щойно говорили. Реклама декларує свої мотиви. Вона відточує, і дуже часто приховує свої засоби. Сьогодні більше не йдеться лише про те, щоб адекватно і з поданням інформативних деталей описати об'єкти, які пропонуються, повідомляючи про їх наявність та ціну. Реклама вдається до психологічних засобів, які діють комплексно і намагаються обійти когнітивну сферу, схильну до критики. Свідома увага активується лише впродовж надзвичайно короткого часу, так що для критичного оцінювання або продуманого вибору не залишається часу. Дефіцит часу компенсується виразністю (Drastik). Крім того, в рекламних роликах теми та зображення змінюються від моменту до моменту без найменшої уваги до «інтертекстуальності»¹. Діє закон переривання і надія на те, що саме завдяки цьому буде негайно активуватися згадування про щойно побачене. Пам'ять, яка щось пам'ятає, а ще охочіше забуває, постійно вражається чимось новим; і новизна інформації виступає тут

¹ Це, зокрема, один з моментів, коли реклама відрізняється від мистецтва – при всіх запозиченнях в дизайні.

швидше виправданням наміру нагадати про те, що існує дещо, що можна купити, і що при цьому певні назви чи оптичні фірмові знаки заслуговують на особливу увагу. Але це нічого не міняє в тому, що ніхто не обманюється стосовно мети реклами та мотиву її повідомлень.

Швидше можна припустити протилежне: саме тому, що рекламодавець відкрито заявляє про свій рекламний інтерес, він може більш безсоромно поводитися з пам'яттю і мотивами того, на кого реклама розрахована. Свідомому обману покладені правові межі, але це не стосується скоріше звичайної співучасті у самообмані адресата. Сьогодні реклама все більше спирається на те, що мотиви споживача реклами робляться невпізнаними. Він згодом усвідомлює, що має справу з рекламою, але не може збагнути, як на нього впливають. Йому навіюється думка про свободу вибору, а це передбачає, що адресат по своїй волі бажає того, чого він, власне кажучи, абсолютно не хоче.

Цій функції зміни до невпізнаності мотивів споживача реклами слугує, в першу чергу, домінуюча сьогодні тенденція до витонченої форми як в образах, так і в текстах. Витончена форма знищує інформацію. Вона виглядає самодетермінованою, не потребує подальших пояснень, безпосередньо зрозумілою. Відтак вона не дає приводу для подальшої комунікації, на яку наступна комунікація могла б відреагувати словами «так» або «ні».

Ще одна широко розповсюджена техніка «затемнення»² полягає у парадоксальному слововживанні. Наприклад, стверджується, що витрачаючи гроші, начебто можна «зеконотити». В іншому випадку в рекламі, яка явно розрахована на всіх і кожного, певні товари пропонуються як «ексклюзивні». «Селянський стиль»³ пропонують для облаштування міських квартир. Саме знання того, що йдеться про рекламу, [позначення] «ексклюзивний»

² Про це поняття але в іншому зв'язку (але теж стосовно парадоксії) див.: Schwanitz, Dietrich; Sternes, Laurence. *Tristram Shandy und der Wettlauf zwischen Achilles und der Schildkröte* // Geyer, Paul ; Hagenbüchle, Roland (Hrsg.) *Das Paradox: Eine Herausforderung des abendländischen Denkens*. – Tübingen, 1992. – S.409-430. Schwanitz, Dietrich. *Kommunikation und Bewusstsein: Zur systemtheoretischen Rekonstruktion einer literarischen Bestätigung der Systemtheorie* // de Berg, Henk; Prangel, Matthias (Hrsg.) *Kommunikation und Differenz: Systemtheoretische Ansätze in der Literatur- und Kunstwissenschaft*. – Opladen, 1993. – S. 101-113.

³ Варто зауважити ще й те, що для маскування парадоксальності використовують латинську мову, добре знаючи при цьому, що знання цієї мови більше не можна очікувати [при сприйнятті реклами].

Або – на приховування об'єкту, за який треба заплатити. Нерідко в аранжуванні образів предмет рекламування витісняється на задній план, таким чином, лише повернувши зображення іншим боком, можна дізнатися, про що йдеться. Те ж саме стосується і часових секвенцій, в яких об'єкт реклами виявляється лише під самий кінець. Слоган «Dubo, Dubon, Dubonett» – це один з відомих прикладів. Очевидно, що така перестановка переднього/заднього планів, початку/кінця вимагає від того, хто спочатку цим зацікавився, певного напруження, яке сприяє запам'ятовуванню, а в разі успіху – фіксується у вигляді інтересу.

Такі прийоми парадоксализації мотивів залишають повну свободу (принаймні, так вважається) вирішення парадоксу шляхом ухвалення рішення за чи проти здійснення транзакції [покупки]. Проте, вже з цим пов'язані очікування успіху. Адже спочатку завдання полягає у тому, щоб втрутитися у сферу вже зафіксованого інтересу та породити специфічну невизначеність: успіхом реклами є вже те, що взагалі постає питання «або-або» (купувати чи не купувати новий кухонний гарнітур); адже більш ймовірною є ситуація, коли розум заклопотаний не кухнею, а чимось іншим.

Все це, звичайно ж, стосується лише явної реклами і не діє стосовно реклами, яка не сприймається як така. У цьому випадку реклама грає з розрізненням свідоме/несвідоме. Тут парадоксальність полягає в тому, що свідомі рішення приймаються несвідомо – але знову ж таки в режимі вільного вибору, а не через примус чи погрозу, або через демонстрацію фальшивих фактів. Зрештою, закамуюльована реклама у багатьох випадках стала настільки стандартизованою, що вже розпізнається як така. Адже тимчасом добре відомо, що «спонсорство» (sponsoring) (звертає на себе увагу вже саме створене для цього слово!) стосується не добродійності, а реклами.⁴

До найважливіших латентних (які потім в цій якості стратегічно використовуються) функцій реклами належить формування смаку у людей, в яких він відсутній. Після того, як виявилась неможливість конвертації освіти в гроші, зберігає певні шанси на успіх протилежна можливість: коли гроші

⁴ Див. статтю «Gemischte Bilanz für die Sportwerbung im Olympiajahr: Deutlich höhere Erinnerung an die Förderer, aber auch Kritik am Sportsponsoring. Eine Erhebung» у газеті Frankfurter Allgemeine Zeitung за 16.01.1993 (с. 10).

виступають під виглядом освіти – і в значному обсязі, звичайно ж, в кредит. Ця функція стосується символічної якості предметів, яка виражається, бодай і не повно, в їхній ціні.⁵ З допомогою цієї функції можна забезпечувати себе як оптично так і вербально гарантіями [правильності] вибору там, де відсутні власні критерії – і це непотрібно навіть купувати, адже реклама обслуговує безплатно. Ця функція заміщення смаку є тим важливішою з огляду на те, що сьогодні зник взаємозв'язок між належністю до соціального прошарку та смаком (який ще передбачався у XVIII ст.), а також з потребою додаткового прищеплення смаку у випадку стрімкого кар'єрного зростання та нерегульованої практики одружень саме у вищих прошарках суспільства.

Тоді смак, своєю чергою, слугує структуруванню бажань. Споживач реагує – байдуже, чи купує він, чи ні – так само, як і інші, причому немає потреби їх безпосередньо імітувати. Це також пов'язане з тим, що сьогодні більше не існує того авторитетного вищого прошарку, дивлячись на який можна було б побачити, що «пасує», а що «не пасує». Швидше навпаки: верхній прошарок у своїх бажаннях та у тому, що він вважає за еталон, орієнтується на смак, який диктує реклама; це відбувається не в останню чергу через те, що ринок нічого іншого і не пропонує, а диференціюється насамперед за ціновою ознакою.

У цьому зв'язку варто було б простежити пов'язаність реклами і моди. Реклама у формі тексту, а ще більше у формі образів, може в значній мірі звертатися до інформації. На досить велике коло людей мода діє як самодостатня мотивація. Відповідати моді, і реагувати на неї по можливості миттєво стало майже примусом. (На це звернули увагу ще у XVII столітті, коли було запроваджене поняття моди). Звідси випливає інтерес у швидкому отриманні інформації. Хоча сама мода, наприклад, на відтінки кольорів, повинна плануватися на декілька років наперед, але з'являється вона лише на об'єкті, і тоді залишається зовсім мало часу для інформування про неї. Тому тут реклама може виходити з певних мотивів і активізувати їх через інформацію. Виявляється чітка тенденція в напрямку масового виробництва і масової моди. Вже на показах мод гарні ідеї дрібних виробників копіюються великими виробниками і потім масово з'являються в їхній рекламі, так що майже не залишається простору для поєднання унікальності

⁵ До цього неодмінно див.: Bourdieu, Pierre. *La distinction: Critique sociale de Jugement de Goute*. – Paris, 1975.

дизайну з модою (перш за все, в одязі). Тоді реклама стає ще одним фактором породження темпу трансформацій. Це навіть торкається складних виробничих і технологічних процесів, коли, наприклад, від автомобілів раптом вимагають заокруглених а не кутастих форм, витонченості, а не імпозантності.

Не варто зайвий раз нагадувати, що реклама (а тим паче, мода) реалізується на рівні споживання знаків.⁶ А отже, тут також йдеться про конструювання реальності, яка продовжує власну, первісну для себе реальність, і при цьому може витримувати значні коливання ринку і навіть отримувати від цього зиск. Характерно, що мова йде про певну відмінність між рекламою і успіхом на ринку, може навіть про можливість виробляти щось на основі перевірених досвідом правил або реклами, не знаючи, чи виправдає це себе, чи ні. У будь-якому випадку йдеться не про суб'єктивно вимірювані відмінності, такі як щирість/нещирість або істинність/неістинність, а виключно лише про красиву видимість. Основну ідею цієї форми комунікації можна датувати XVII століттям, тобто епохою придворної культури, коли ця перша, операційна реальність самозображення ще зберігалася за інтеракцією. З того часу союз красивої видимості та короткочасності став темою європейської дискусії. Реклама постійно вимагає чогось нового – і на цьому ґрунтується влада моди. Мода спроможна на короткий час позбавити сили навіть сміховинне.⁷

Проте, найважливіша схема реклами полягає, вочевидь, у співвідношенні зовнішнього і глибинного. Як свого часу з допомогою спеціальних прийомів передбачали майбутнє, так і реклама для розгадування глибинного звертається до рисунку поверхні, і в цьому вона споріднена з мистецтвом орнаменту.⁸ Але глибина, вона в цьому випадку вже не є долею, вона уособлює не обов'язковість реклами. Реклама не може визначати думки, почуття, бажання своїх адресатів. Вона може розраховувати перспективи свого успіху та отримувати за це плату. І тут вона діє економічно. В системі мас-медіа реклама діє за іншими законами. Вона захоплює поверхню свого дизайну і звідти вказує на глибину, яка для неї самої залишається недосяжною.

⁶ Пор.: Barthes, Roland. *Système de la mode*. – Paris, 1967.

⁷ «Якщо мода, шляхетність, вибуховий блиск великої події ваблять людину до цього видовища, – комічне зникає» (de Meilhan, G. Sénac. *Considération sur l'esprit et les mœurs*. – London, 1787. – P. 321).

⁸ Детальніше про це див.: Niklas Luhmann, *Die Kunst der Gesellschaft*, Frankfurt 1995 (в друку).

Попередні міркування могли справити враження статистичного аналізу в галузі реклами. Це необхідно виправити. Лише в галузі телевізійної реклами за останні сорок років її існування позначилася важлива переорієнтація.⁹ Сама конструкція реальності все більше перетворюється на проблему, на питання «як»? З відкриттям молодіжної сцени, платоспроможного кола адресатів, що виходить і за межі юного віку, були пов'язані і нові форми інтеграції маркетингу, реклами та співучасті адресатів. «Тренд-скаутинг» розвідують, що буде користуватися попитом. Культові об'єкти, які дозволяють підліткам спільно формувати свою відмінність, створюються як окремі продукти, отримують дизайн та ім'я, і одночасно запускаються в рекламу і виробництво. (Отже, вже не йдеться насамперед про те, щоб у великих кількостях продавати вироби масового виробництва). Самі культові об'єкти породжують необхідну для ідентифікації відмінність. Тому стають зайвими політико-ідеологічні відмінності, спрямовані проти «капіталізму». Відпадають застереження щодо співучасті у рекламі, які [колись] були тотожні пособництву капіталізму. Адресати реклами погоджуються на взаємодію. На короткий час (а тому і з більшою ефективністю) культові об'єкти повинні інсценуватися. Люди позначають самі себе як «сцену», «техносцену» і т.д., залишаючи одну сторону відкритою для того, що з'явиться пізніше.

Крім того змінюються, вочевидь, і економічні мотиви, які раціоналізують видатки на рекламу. Видатки на рекламу зростають, якщо, наприклад, порівнювати їх з тим, що витрачається на споживання.¹⁰ Лише на рекламу автомобілів у Німеччині щорічно витрачають два мільярди німецьких марок, тобто понад 500 марок на один проданий автомобіль.¹¹ Про калькуляцію затрат і доходів не може бути і мови. Тут швидше йдеться про тиск, який змушує залишатися на виду (так само як і в економічних розрахунках утримання або збільшення частки на ринку є важливішим, ніж отримання прибутку). Але це означає також, що форми, з допомогою яких здійснюється реклама, отримують все більшу свободу, – якщо вони тільки придатні для мобілізації уваги, якщо вони функціонують лише у вигляді комунікації. Отже, саме у стосунках між економікою і рекламою ми натрапляємо на добрі аргументи на користь зростаючої диференціації систем по мірі того, як між ними зменшуються структурні взаємозалежності.

⁹ Поп.: Goldman, Robert; Papson, Stephen. Advertising in the Age of Hypersignification // Theory, Culture and Society. – 1992. – № 11/2. – P. 23-53.

¹⁰ Поп.: Münch, Richard. Dynamik der Kommunikationsgesellschaft. – Frankfurt, 1995. – S. 94.

¹¹ Джерело: Frankfurter Allgemeine Magazin за 1.09.1995, с. 28.

Успіх реклами полягає не тільки в економічному успіху та зростанню продажів. Система мас-медіа і тут виявляє *власну функцію*, яка могла б полягати у *стабілізації співвідношення між надлишком (Redundanz) і варіативністю у повсякденній культурі*. Надлишок утворюється завдяки тому, що певна річ гарно продається, *that sells well*, а варіативність – завдяки тому, що на ринку необхідно вміти виділяти власні продукти. В умовах промислового виробництва повторне придбання того ж самого продукту є швидше актом відчаю, ніж розуму. Тому тут необхідна додаткова підтримка мотивів, а це найкраще вдається через створення ілюзії, що одне і те ж – це зовсім не те саме, а щось нове. Відповідно, головна проблема реклами полягає у тому, щоб постійно представляти щось нове, що одночасно зберігає вірність марці, тобто створювати надлишковість і варіативність. BMW залишається BMW, але з кожною моделлю він стає все кращим, і навіть процес його утилізації, т.зв. «recycling», може бути вдосконаленим. Для того, щоб спостерігати за цим, не обійтися без мінімальної міри інформації. Так виникає комбінація високої стандартизації з такою ж високою поверхневою диференційованістю – щось на кшталт кращого з можливих світів, в якому порядку стільки, скільки потрібно, а свободи стільки, скільки можливо. Реклама робить такий порядок відомими і втілює його в життя. В типових американських ресторанах можна обирати з-поміж двох приправ для салатів – французькою та італійською, але не можна вимагати подати оливкову олію та лимонний сік, щоб самому визначити пропорції змішування. Очевидно, що в такій ситуації лише невелика кількість клієнтів побачить вихід у тому, щоб взагалі відмовитись від салатів.

Глава 8

РОЗВАГА

Наближаючись тепер до розгляду масмедійних «розваг», ми знову потрапляємо в абсолютно іншу програмну область. Тут нас також цікавлять лише теоретично препаровані питання. Ми не цікавимось суттю чи ступенем розважальності розваг, їхньою якістю, або відмінностями у рівні вибагливості, або своєрідності тих, хто потребують розваги, або ж просто охоче дозволяють себе розважати, без чого їм чогось не вистачало б, якби такої розваги не було. Звичайно ж, розваги становлять компонент сучасної культури дозвілля, на яку покладена функція «знищення» зайвого часу. Але в контексті теорії мас-медіа ми зупиняємося на проблемах конструювання реальності та на питанні про те, як у цьому випадку виявляє себе кодування «інформація/неінформація».

Найбільше нам допоможе орієнтація на загальну модель гри. Одночасно це пояснить нам, чому спортивні передачі, зокрема показані у запису, швидше належать до розваг, аніж до сфери новин.¹ Гра також становить різновид подвоєння реальності, при якому реальність, усвідомлена як гра, виокремлюється із нормальної реальності, не будучи змушеною її відкидати. Створюється друга, підпорядкована певним умовам реальність, з позиції якої звичайний спосіб життя вже виглядає як реальна реальність. Конституція гри потребує заздалегідь встановленого часового обмеження. Ігри являють собою це епізоди. Отже, йдеться не про перехід в іншу сферу життєдіяльності. Люди займаються іграми лише час від часу, не відмовляючись від інших можливостей і не скидаючи з себе інших навантажень. Проте це не означає, що реальна реальність існує лише до і після гри. Навпаки, все, що існує, існує одночасно. У кожній своїй операції гра завжди містить посилення на існуючу одночасно реальну реальність. У кожному ході вона

¹ Інша справа – сухий перелік переможців і переможених та відповідної кількості набраних балів.

позначає себе як гра; вона може перерватися у будь-який момент, якщо трапиться серйозна перешкода. Кішка може стрибнути на шахівницю.² Продовження гри вимагає постійного контролю меж.

В соціальних іграх, в яких задіяні декілька учасників, це забезпечується завдяки орієнтації на правила, які завжди мають на думці, коли ідентифікують власну та чужу поведінку (всередині гри) як таку, що належить до неї. До гри належить поведінка як з дотриманням, так і з порушенням правил, причому останнє стосується лише тих випадків, коли порушення правил може бути виправлене через відповідне зауваження. Проте розвага – це гра іншого роду.³ Вона не вимагає взаємодоповнюючої поведінки партнерів та заздалегідь узгоджених правил. Натомість оптично або акустично маркірується відрізок реальності, в якому конститується цей другий світ: у вигляді книги, екрану, помітної послідовності спеціально препаративаних шумів, які в цьому контексті сприймаються вже як «звук».⁴ Ці зовнішні рамки вивільнюють певний світ, в якому діє своя власна фіктивна реальність. Цілий світ! – а не лише соціально узгоджена послідовність поведінки, як це має місце у соціальних іграх.

Ця відмінність від соціальних ігор повертає нас до системи мас-медіа. Подібно до гри, розвага може виходити з того, що глядач – на відміну від власного життя – може спостерігати початок і кінець, адже він пережив вже «до» і переживе ще «після». Тому він виокремлює, начебто автоматично, час розваг із свого особистого часу. Але розвага жодним чином не є чимось нереальним (в сенсі: неіснуючим). Вона передбачає цілком реальні самостворені, так би мовити, двохсторонні об'єкти, які уможливлюють перехід

² Звичайно ж, мається на увазі спеціально натренована для цього Kopluer-кішка Жана Поля. Див.: Paul, Jean. Die unsichtbare Loge // Werke (Hrsg. Norbert Müller). – München, 1960. – Bd. 1. – S. 7-469 (28).

³ Можна було б заперечити, що поняття гри вживається тут в метафоричному розумінні, приблизно в тому сенсі, в якому говорять про мовні ігри. З цим можна погодитися, однак метафорика дуже часто є лише проміжним кроком у розвитку загальної теорії. Адже тоді можна було б сказати, що існує загальна теорія гри, в якій соціальні ігри становлять лише особливий випадок.

⁴ Амбівалентний статус цього маркування (воно належить до гри і не належить до неї) обговорює Жак Деріда, спираючись на кантівську критику спроможності судження і не вирішену там проблему *parerga*, рамок, орнаменту. Derrida, Jacques. *La vérité en peinture*, – Paris, 1978. – P. 44.

від реальної до фіктивної реальності, тобто перетин межі.⁵ Це – тексти або фільми. Тоді на «внутрішньому боці» цих об'єктів виявляється – невидимий у реальній реальності – світ уяви. Оскільки цей світ уяви не мусить координувати соціальну поведінку спостерігачів, він не потребує жодних правил гри. Натомість, він потребує *інформацію*. І саме це дозволяє мас-медіа на основі їх коду «інформація/неінформація» вибудовувати програмну область розваг.

Крім того – особливо, коли історія подається як фіктивна – не все в розвагах може бути повністю фіктивним. Читачу/глядачу необхідно дати можливість якнайшвидше сформуванню відповідну і адекватну до оповідання пам'ять. А він буде спроможним зробити це лише тоді, коли в образах або текстах отримає достатню кількість знайомих йому деталей. На це неодноразово вказував ще Дідро.⁶ Від читача/глядача вимагається тренована (і аж ніяк не свідомо керована) спроможність розрізняти.

Якщо погодитися з цими попередніми теоретичними висновками, проблема зводиться до питання про те, як за допомогою інформації (замість наперед встановлених правил) можна виокремити особливу реальність розваг. Відповідь на це питання буде складнішою, ніж це могло здаватися на початку.

Ми залишаємося на тих позиціях, що інформація є відмінністю, яка породжує відмінність. Вже саме поняття передбачає послідовність принаймні двох подій з ефектом маркування. Але тоді і відмінність, яка виникла як інформація, може в свою чергу бути відмінністю, яка породжує відмінність. В цьому сенсі інформації постійно перебувають у рекурсивній мережі. Вони впливають одна з одної, але у своїх послідовностях їх можна упорядкувати з огляду на більш або менш неймовірні результати. Це може відбуватися у строгій формі розрахунку (або «рахунку»), але також і процесів, які крок за кроком залучають незапрограмовану інформацію, а отже дозволяють лише за результатом переробки інформації зробити висновки

⁵ Про труднощі еволюції цього (первісно абсолютно неправдоподібного) розрізнення у зв'язку з виникненням сучасної журналістики і сучасного роману див.: Davis, Lennard J. *Factual Fictions; The Origins of the English Novel*. – New York, 1983. Втім, в той же час виникає і сучасна статистика, яка також ґрунтується на тому, що необхідно розрізняти реальну реальність окремих випадків та функціональну реальність статистичних агрегатів.

⁶ «Чи знаєте ви, що саме безліч невеликих дрібничок підтримує ілюзії» (Diderot, Denis. *Œuvres* (éd. de la Pléiade). – Paris, 1951. – P. 1089-1104 (1094).

щодо того, чи необхідна подальша інформація, та яка саме. У цьому випадку складатиметься враження (незалежно від того, чи визначає так сам процес себе чи ні), що йдеться не про розрахунок, а про ланцюжок дій або рішень. Лише в наративному контексті стане ясно, що є дією, наскільки глибоко вона звертається до свого минулого і свого майбутнього, та які ознаки діючої особи належать до дії, а які ні. Обов'язковим для будь-якого обмеження значення окремої дії є її співвіднесення з іншими діями – як в повсякденному житті, так і в оповіданнях.

Таке тлумачення проблеми інформації передбачає наявність «суб'єктів» – фіктивних ідентичностей, які породжують єдність розказаної історії і одночасно уможлиблюють стрибок до (також конструйованої) персональної ідентичності глядача. А він може порівняти представлені в оповіданні характери із самим собою.⁷

Проте, лише це одне ще не дає право розглядати таке продукування інформації, породженої інформацією (відмінностей, породжених з відмінностей) як гру або розвагу. Це передбачає і наступний крок, а саме те, що послідовність операцій, які переробляють інформацію, *сама породжує свою власну правдоподібність (Plausibilität)* подібно до того, як в технологіях відбувається закриття процесу по відношенню до неконтрольованих впливів зовнішнього середовища. Те, що породило відмінність, потім надає достатні обґрунтування для визначення подальших можливих відмінностей. В цьому сенсі процес продукує і транспортує породжену і постійно оновлювану ним непевність, яка залежить від подальшої інформації. Він живе за рахунок самопороджених несподіванок, вибудованих ним самим напружень, і саме ця фікціональна закритість є тією структурою, яка дозволяє розрізняти реальну та фіктивну реальність, а також перетинати межу між одним царством та іншим.

⁷ Винайденню цієї форми «імплікативних сутностей» («inferential entities») – як в романах, так і в реальному особистому житті – ми зобов'язані XVIII століттю, а саме своєрідному подвійному розвитку: в теорії пізнання від Лока через Берклі до Юма і Бенґама та в романі. В художній формі роману вона досягла нині свого завершення і, вочевидь, репродукується лише у формі розваги. Про XVIII століття про реформи тюремної системи в Англії, які були інспіровані тією епохою і ґрунтувалися на «наративних» біографіях та стимулювалися літературою, див.: Bender John. *Imaging the Penitentiary: Fiction and the Architecture of Mind in Eighteenth-Century England*. – Chicago, 1987.

Сьогодні видається природнім, що публіка спроможна відслідковувати розрізнення реальної та інсценованої реальності, і тому погоджується із зображенням таких вольностей (скажімо, автомобілів, які мчаться на скаженій швидкості), які вона собі ніколи б не дозволила. З погляду історії така спроможність розрізнити є результатом еволюції, який сьогодні пов'язують з виникненням сценічного театру у другій половині XVI століття.⁸ На відміну від практики середньовічних вистав, в театрі доби Ренесансу вже не йдеться про те, щоб зробити видимими невидимі сторони світу, не про відновлення єдності, символізацію видимого і невидимого, і навіть не про начебто логічне змішання гри та реальності (в результаті чого публіка повинна бути заспокоєна та утримана від втручання), а йдеться про самотійне інсценування, яке переживається лише як імітація, і крім того, ще раз відтворює в самому собі гру обману і прозоріння, незнання і пізнання, мотиваційно-керованого представлення та генералізованої підозри в такій вмотивованості. Тим самим індивіду надається свобода відповідним чином тлумачити свої життєві ситуації. Але ця схема, яка спонукає у всіх соціальних відносинах рахуватися з розрізненням видимого та дійсного, стає насамперед постійною складовою такого типу культури, яка може без подальших пояснень виходити з того і спиратися на те, що це розрізнення [між реальною і фіктивною реальністю] є зрозумілим для всіх.

У XVII столітті ще зустрічається література, в якій ця обставина видається настільки примітною, що на неї спеціально вказують і навіть подають як продукт індивідуального вивчення та мистецтва життєвої мудрості.⁹ Проте, завдяки книгодрукуванню цей спосіб прочитання реальності розповсюджується настільки швидко, що на нього можуть розраховувати мас-медіа, які на той час ще тільки формуються, а їхня проблема полягає швидше в

⁸ З численних творів про історію театру особливо цікаве наступне: Agnew, Jean-Christophe. *Worlds Apart: The Market and the Theatre in Anglo-American Thought, 1550-1760*. – Cambridge, 1986. Зв'язок між розвитком ринку і розвитком театру в Англії XVI століття, який намагається виявити Енью, могли б бути дуже корисними і для взаємопов'язаностей між рекламою і розвагою в сучасній системі мас-медіа. Адже в обох випадках йдеться про випадок оманливої, проте прозорої маніпуляції, та про залаштункову, саму себе контролюючу індивідуальність, яка має власні мотиви та інтереси, а не просто переживає і перетерплює природу або акт творення. В системно-теоретичному формулюванні ця паралель між ринком і театром спирається зрештою на те, що відособлення вивільнює індивідуальність і примушує її до саморегуляції.

⁹ Див.: Garcíán, Baltasar. *Criticon* (уперше вид. 1651-1657), цитується за німецьким перекладом, виданим у Гамбурзі 1957 року.

тому, щоб мобілізувати все новіший інтерес. Для цього став у нагоді вже названий момент напруження, створення і вирішення створеної ними самими невизначеності.

Сучасний роман, який сам по собі є явним породженням мас-медіа, розрахованим на публічну дію, запропонував для цього модель, що призвела до значущих наслідків. На прикладі такої ключової фігури як Даніель Дефо можна зрозуміти, що сучасний роман виникає із сучасної журналістики, а саме, через необхідність розрізняти факти і фікцію у друкованих публікаціях. Друкарський станок міняє той спосіб, в який світ може бути правдоподібно презентований публіці, а саме через твердження про факти або фактично знайдені (проте, схожі на фікцію) письмові свідчення та, зрештою, навіть через чисті, не завуальовані художні оповідання, які, втім, містять занадто багато впізнаваного матеріалу, щоб уважатися уявною реальністю. Тому розрізнення між повідомленнями або коментарями (які можна фактично перевірити) та достатньо близькими до реальності художніми оповіданнями взагалі стало можливим лише завдяки технології, яка дозволяє виробляти друковану продукцію.¹⁰

Лише це розрізнення дозволяє використовувати дистанційованість від реальності та більшу свободу художньої літератури для розповіді історій, які хоча і є фіктивними, проте дозволяють читачеві робити висновки щодо відомого йому світу та свого власного життя; ці висновки він робить вільно, адже йдеться саме про фіктивні події. При цьому запропонована історія спирається на загальну структуру, яка лежить в основі будь-якого виду розваг і полягає в знятті інтриги навколо самоствореної невизначеності щодо її закінчення. Вже впродовж XVIII століття відбувається елімінація епічних елементів, прискорення ходу подій, який стримується лише створеними в самому романі сюжетними поворотами. Тому планування роману потребує рефлексії часу в часі. Перспектива спрямована в майбутнє і тому захоплює. Проте, одночасно необхідно потурбуватися і про достатнє представлення минулого, завдяки якому в кінці стане зрозумілим, що (і як) невизначеність вирішується за допомогою уже введеної, але не прозорої у своїй функції інформації. Для того, щоб замкнути коло, необхідно мати можливість до чогось повернутися. За всієї орієнтованості на майбутнє: «вузол розв'язується лише завдяки минулому, а не майбутньому» (правило, яке вивів Жан-Поль

¹⁰ Див.: Davis, Lennard J. *Factual Fictions: The Origins of the English Novel*. – New York, 1983.

для письменників-романістів).¹¹ Якщо оповідання прагне відповідати мінімальним вимогам щодо власної зв'язаності і послідовності (і казки є в цьому сенсі досить суперечливим винятком), то перебіг подій необхідно вміти пов'язати з початком історії. В будь-якому випадку, передумови для зняття напруження повинні бути закладені ще до завершення роману, і лише читач або глядач залишаються у стані невизначеності. Тому повторне читання не має сенсу, хіба що читач захоче зосередитися виключно на насолоді від художніх досягнень твору, або якщо глядач бажає зосередитися на зображальній майстерності. Якщо ми хочемо, щоб історія була розважальною та захоплюючою, не можна із самого початку знати, як читати текст або як розуміти історію. Адже ми хочемо кожного разу розважатися по-новому. З тієї ж самої причини кожна розвага повинна підійти до завершення і сама про це потурбуватися. Єдність твору – це єдність включеного в нього розрізнення майбутнього і минулого. В кінці ми знаємо: ось як воно було. Опісля залишається більше або менше задоволення від розваги.¹²

Завдяки власному створенню та вирішенню невизначеності розказана історія набуває індивідуалізації. Це постійно породжує новий інтерес – попри стереотипічні повторювання способу оповіді. Щоб мати можливість писати і продавати Нове, від читача або глядача не варто вимагати якнайшвидшого забування, – як цього вимагає Людвіг Тік.¹³ Адже все відбувається саме собою завдяки тому, що будь-яке напруження вибудовується і знімається індивідуально.

Для того, щоб створити і зберегти напруженість, необхідно вивести автора за рамки тексту; адже в іншому випадку в тексті буде присутнім хтось, хто знає, чим все закінчиться, або влаштує так, як це йому видається на разі доцільним. Необхідно знищити будь-які сліди його причетності.¹⁴ Механізм створення тексту не повинен ще раз зустрічатися в самому тексті, інакше

¹¹ Див.: „Regeln und Winke für Romanschreiber“, § 74 der Vorschule der Ästhetik, цитується за: Werke. – München, 1963. – Bd. 5. – S. 262.

¹² На противагу цьому, почуття змарнованого у розвазі часу походить від іншого світу – світу опікування душевним спасінням та пуританської підприєємливості. Багатий матеріал на цю тему див.: Fraser, Russell. The War Against Poetry. – Princeton, 1970. – P. 52.

¹³ Див.: Tieck, Ludwig; Lebrecht, Peter. Eine Geschichte ohne Abenteuerlichkeiten, zit. nach Ludwig Tieck, Frühe Erzählungen und Romane. – München. – S. 136. Сам роман має на меті відійти від напруженості («пригодництва») задля того, щоб досягти повторного читання «хорошого» тексту. Як на мене – цілком даремно.

¹⁴ Про це див.: Schwanitz (1992 und 1993).

неможливо було б чітко розрізнити самореференцію та інореференцію.¹⁵ Хоча розважальні тести також мають автора і зазнають обговорення в комунікації, відмінність інформації та повідомлення не повинна виявлятися в самому тексті, адже в такому разі стала би очевидно невідповідність констативних і перформативних компонентів тексту, увага розуміючого індивіда спрямовувалася б на цю невідповідність, а отже – відволікалася. Він вагався б та мусів вирішувати, чи звертати більшу увагу на повідомлення та його мотиви, на красу та конотативні мережеві зв'язки його поетичних форм,¹⁶ чи повністю зосередитися на розвазі. Адже розвага і означає – не шукати і не знаходити приводу для відповіді комунікацією на комунікацію. Натомість спостерігач може зосередитися на переживаннях та мотивах зображених в тексті осіб і в цьому сенсі вчитися спостереженню другого порядку. І оскільки йдеться «лише» про розвагу, не виникає і проблеми автентичності, яка б постала у випадку витвору мистецтва. Вже в середині XIX століття роман як художня форма (з появою «Виховання почуттів» Флобера та «Довіреною особою» Меллвілла) полишає сферу розваги і передає її засобам масової комунікації. Зрештою, мистецтво XX століття взагалі не можна описувати як фіктивне. Адже фіктивність передбачає, що необхідно спочатку знати, як мав би виглядати світ, щоб фікція могла вважатися правильним описанням світу.¹⁷ Але саме таке описання систематично бойкотується у сучасному мистецтві і – можемо повторити ще раз – передається мас-медіа, які завдяки цьому задовольняють потребу у розвазі.

Як завжди, при оперативному замкненні завдяки відокремленню спочатку утворюється надлишок можливостей. Тому форми розваги розрізняються в залежності від того, яким чином редується ця надлишковість. Осно-

¹⁵ Те ж саме, як показує Девіс (Davis, Lennard J. *Factual Fictions: The Origins of the English Novel*. – New York, 1983. – P. 121), є істотним для сучасних «ідеологій», які постають в той самий час. Очевидно, що має загальне значення та обставина, що латентність цього механізму виробництва має функцію уможливлення чіткого розрізнення самореференційних та інореференційних посилай у розповсюджуваних через мас-медіа текстах.

¹⁶ Див., наприклад: Brooks, Cleanth. *The Well Wrought Urn: Studies in the Structure of Poetry*. – New York, 1947; або: Riffaterre, Michael. *Semiotics of Poetry*. – Bloomington, 1978. Втім, це також є вказівкою на диференціацію мас-медіа і системи мистецтва.

¹⁷ Про цей критерій див.: Menke-Eggers, Christoph. *Die Souveränität der Kunst: Ästhetische Erfahrung nach Adorno und Derrida*. – Frankfurt, 1988. – S. 71; а також: Bredsdley, M. C. *Aesthetics: Problems in the Theory of Criticism*. – New York, 1958. – P. 414.

вним взірцем тут виступає оповідання, яке потім, в свою чергу, зазнає значної диференціації у різноманітних формах. У оповідання, як видається (завжди з погляду розваги, а не, наприклад, мистецтва) існує лише небагато функціональних еквівалентів. Прикладом могли б слугувати різноманітні конкурси, скажімо, передачі-вікторини або трансляції спортивних змагань. Тут немає необхідності вдаватися в деталі, хоча залишається питання, як ця уявна різноманітність подій справляє зворотній вплив на зовнішню реальність.

Вочевидь, необхідно значною мірою спиратися на знання, яке вже є у глядачів. Таким чином, розвага справляє ефект підсилення вже наявного знання. Але на відміну від сфери новин та репортажу, вона не спрямована на навчання. Навпаки, розважання використовує наявне знання лише для того, щоб виділити себе на його фоні. Це може досягатися завдяки виходу за межі завжди випадкового досвіду окремого глядача – чи то у напрямку типових ситуацій (в інших справи також не кращі), чи то в напрямку ідеального (якого, втім, від себе вимагати не треба), чи то в напрямку цілком неймовірних комбінацій (з якими, на щастя, не доводиться стикатися в нашому повсякденні). До того ж, можливі і більш прямі залучення тіла і духу – скажімо, в сфері еротики або детективної історії, яка спочатку вводить в оману обізнаного в цьому глядача, але передусім у музиці, яка запрошує до танцю. Саме завдяки тому, що розвага пропонує себе ззовні, вона – як колись міфічні оповідання – спрямована на активацію пережитого самим адресатом, його надії, побоювання, ним забутого. «Нова міфологія», про відродження якої марно мріяли романтики, була створена розважальними формами мас-медіа. Розважання знову вбирає в себе (*re-impregniert*) те, що й без того вже існує в нас; і як завжди, в цьому випадку також, досягнення пам'яті сполучаються з нагодою повчитися.

Зокрема, художні фільми використовують цю загальну форму впровадження правдоподібних розрізень (*Plausibilisierung von Unterscheidungen*) шляхом більш ранніх або більш пізніх розрізень в рамках однієї і тієї ж історії. Вони додатково стискають їх через залучення лише чуттєвих (а не розказаних!) розрізень. Місце дії, її «умебловання» набуває в тому числі зримої форми та слугує, завдяки власним розрізненням (елегантним апартаментам, автомобілям, що мчаться, незвичним технічним приладам, тощо), водночас контекстом, на тлі якого розгортається дія, а експліцитні висловлювання можуть зводитися до мінімуму. Мотиви можна «побачити» з їх результатів (*Effekte*), і може скластися враження, що інтенції того, що відбувається, є лише частиною загального процесу, і що сама діюча особа не вповні досягає

те, що вона робить. Майже непомітно глядач підводиться до стану, коли він починає усвідомлювати себе спостерігачем спостерігачів та віднаходити в собі подібні або відмінні установки.

Ще роман запозичив свої провідні теми з тілесності своїх протагоністів, зокрема, в обмеженості контролю над тілесними процесами.¹⁸ Це пояснює домінування еротики та небезпечних пригод, до яких читач може долучитися в ролі таємного спостерігача (*voyeuristisch*) шляхом тілесної аналогії. Захоплення від оповідання «символічно» укорінюється в обмеженості контролю над власним тілом. З появою екранізації та телебачення не виникло потреби у зміні провідного значення еротики та пригод. Проте у зримих образах вони демонструються більш яскраво, комплексно і, водночас, більш виразно; вони, до того ж, отримують специфічне доповнення – наприклад, через візуалізацію часу як темпу або через демонстрацію пограничних випадків володіння тілом в художніх компонентах фільмів та в спорті, де ці пограничні випадки одночасно роблять зримою проблему раптового переходу від контрольованості до невідконтрольності. Тому і телевізійні спортивні передачі (на відміну від результатів, які можна прочитати) служать насамперед розвазі, адже вони стабілізують напруження на межі контрольованої і неконтрольованої тілесності. Якщо оглянутися назад, цей досвід чітко показує, наскільки важко, ба навіть неможливо було б переповісти перебіг спортивних подій – від кінських перегонів до гри в теніс. Треба або самому йти, або дивитися по телевізору.

Роман як художня форма та виведені з нього форми художньої вигадки захоплюючої розваги розраховують на індивідів, які вже не виводять своєї ідентичності зі свого походження, а формують її самі. Відповідна відкрита, спрямована на «внутрішні» цінності та гарантії соціалізація починається, як видається, серед «буржуазних» кіл у XVIII столітті. Нині вона стала неминучою. Кожен, ледве народившись, знаходить себе в ролі того, хто ще повинен визначити свою індивідуальність або ж дозволити їй визначитися згідно правил якоїсь гри, «про правила, безпеки та ставки ані він, ані хтось інше не знав від початку часів»¹⁹. Тоді буде дуже спокусливо випробу-

¹⁸ Більш загальні погляди щодо цього див.: Hahn, Alois; Jakob, Rüdiger. *Der Körper als soziales Bedeutungssystem* // Fuchs, Peter; Göbel, Andreas (Hrsg.). *Der Mensch und das Medium der Gesellschaft*. – Frankfurt, 1994. – S. 146-188.

¹⁹ «В якій ні він, ні хто-небудь інший з початку часів не знає ні правил, ні ризиків ні ставок» (англ.). Див.: *The Education of Henry Adams: An Autobiography* (1907). Boston, 1918. – Р. 4. Весь текст являє собою єдину ілюстрацію порушеної тут проблеми індивіда, який переживає злети і падіння (*Oszillation*) власної кар'єри.

вати віртуальні реальності на собі – принаймні в уяві, яку можна зупинити в будь-який момент.

Народжена у формі роману наративна розвага на сьогоднішній день вже не є єдино панівною. Принаймні з часу розповсюдження телебачення поряд з нею постала друга форма, а саме – різновид надзвичайно особистісних повідомлень про власний досвід. Від того, хто погоджується побувати в такій ситуації, очікують готовності відповідати на подібні запитання. Той, хто питає, може не соромитися, а глядач – насолоджуватися зникненням будь-якої ніяковості. Але чому?

Вочевидь, інтерес до таких передач полягає в тому, щоб подивитися на правдоподібну, проте не зв'язану обов'язковим консенсусом реальність. Хоча глядач живе в тій же самій реальності (адже іншої не існує), від нього не вимагається жодного консенсусу. Він на свій розсуд може погоджуватися або відхиляти. Йому пропонують когнітивну або мотиваційну свободу – і це без втрати реальності! Знімається протиріччя між свободою і примусом. Можна обирати самого себе, і від глядача навіть не вимагається залишатися тим, чим він сам себе вважає, коли настане серйозна ситуація.

Таким чином, розважальні передачі завжди мають підтекст, який запрошує учасників приміряти на себе почуте або побачене. Глядачі включені в ролі виключеного третього – як «паразити» в розумінні Мішеля Сера.²⁰ Послідовність розрізень, які розгортаються одне з одного завдяки тому, що одне дає зручну нагоду для розвитку іншого, створюють в своєму уявному світі на додаток ще і другу відмінність – у відношенні до знань, умінь, почуттів глядачів. При цьому не йдеться про те, яке враження справляє текст, передача, фільм на окремого глядача. Та і дія їх не може бути охоплена шляхом простої концепції побудови аналогії чи наслідування, так, наче ми спробували б на собі те, що прочитали в романі або побачили у фільмі. Нас не мотивують до уподібнення власної поведінки (це миттєво перенапружило б наші спроможності і, як відомо, виглядало б сміховинно).²¹ Ми вчимося спостерігати спостерігачів – а саме в тому сенсі, як вони реагують на си-

²⁰ Serres, Michel. *Le Parasite*. – Paris, 1980. Внаслідок цього мас-медіа самі є паразитами другого порядку, які паразитують на паразитизмі своїх глядачів.

²¹ Це не заперечує того, що певну роль грають відомі ефекти наслідування, насамперед у сфері модного одягу, зачісок, «невимушеної» жестикуляції та відкритої демонстрації сексуальних інтересів.

туації, тобто як вони самі спостерігають.²² При цьому спостерігач другого порядку є більш розумнішим, хоча і менш вмотивованим, аніж той, кого він спостерігає; можна побачити, що він для себе самого залишається значною мірою непрозорим, або, за словами Фрейда, – не тільки мусить щось приховувати, але й залишатися чимось прихованим.

Що при цьому програється всередині глядача-індивіда, які нелінійні казуальності, варіанти розвитку дисипативних структур, негативні або позитивні зворотні зв'язки тощо. породжують такі випадкові спостереження, – просто неможливо передбачити; цим також неможливо управляти за допомогою вибору програм у мас-медіа. Адже психологічні ефекти занадто комплексні та занадто самодетерміновані і різноманітні, щоб їх можна було залучити у масмедійно-опосередковану комунікацію. Навпаки, мається на увазі, що кожна операція, яка відбувається у сфері уяви, несе з собою також і інореференцію, а саме референцію реальної реальності так, як вона усвідомлюється, оцінюється і завжди є в наявності у вигляді тематики комунікації у її типовому перебігу. І саме цей напрямок розрізнення реальної і фіктивної реальності продукує розважальну цінність розважальної комунікації. «Сіль» розваги полягає у завжди присутньому порівнянні, а форми розваги розрізняються між собою в основному тим, як вони використовують спільні для всього світу кореляти: підтверджуючи або відхиляючи, зберігаючи до самого кінця невизначеність розв'язки або заспокоюючи, гарантуючи: «Зі мною такого трапитися не може».

Психічні системи, які заради розваги беруть участь у масмедійній комунікації, залучаються тим, що замикаються на самих себе. Починаючи з XVIII століття, це явище описується шляхом розрізнення між копією та автентичним самотуттям,²³ і звичайно ж, існують більшою або меншою мірою

²² Саме це мається на увазі під поняттям «симпатії» Адама Сміта, яке часто тлумачиться невірно: «Отже, симпатія впливає не стільки з видимого афекту, скільки, навпаки – з видимої ситуації, яка спричиняє цей афект. (Adam Smith, *The Theory of Moral Sentiments*, 1795). Цитується за німецьким перекладом в Ляйпцігу 1926 року (Т. 1, с. 9). Йому вторують і сучасні дослідження атрибуції, в яких, зі свого боку, спостерігається, що діючі особи розуміють і пояснюють свої дії, виходячи із ситуації, в той час як спостерігачі схильні швидше до тенденції приписувати їх властивостям самих діючих осіб.

²³ Вихідна точка більш пізніх дискусій див. книжку Edward Young, *Conjectures on Original Composition* (1759). Цитується за: Young, Edward. *The Complete Works*. – Hildesheim, 1968. – Bd. 2. – S. 547-586, пор. також: Stendhal, *De l'amour* (1822). Тут виявляється проблема типового протиріччя між людиною-копією (*homme-copie* (p.

неусвідомлені імітативні самостилізації, поширення яких можна пояснити лише в такий спосіб; може йтися, наприклад, про невимущену жестикуляцію або зухвалі жести як вияв самостійності (*Selbständigkeit*) стосовно зовнішніх вимог. Але це розрізнення «імітація/автентичність» не пояснює достатньою мірою того, як індивід *ідентифікує* себе в цій роздвоєності як *індивіда*. Видається, що це відбувається в модусі самоспостереження, або точніше – шляхом спостереження власного спостереження. Якщо працює опція «імітація/автентичність» і ми спостерігаємо самих себе та прагнемо виявити в цьому свою ідентичність, то можна обирати обидві сторони розрізнення, а можна то одну, то іншу. Тоді рефлексія зможе показати лише позбавлене прикмет і непрозоре «я», яке, втім, поки живе і локалізується в цьому світі його тіло, спроможне спостерігати, як воно спостерігає. І лише так можна відмовитися від прикмет походження при визначенні того, чим кожен є для самого себе.

Ці міркування унаочнюють особливий внесок сегменту «розваги» у загальне виробництво реальності. Розваги уможливають самолокалізацію у зображеному світі. І тоді вже постає друге питання – чи приводить цей маневр до задоволеності самим собою та світом. Залишається також відкритим і питання про те, чи ідентифікуємо ми себе з характеристиками масмедійних сюжетів, чи реєструємо відмінності. Те, що пропонується як розваги, нікого не зобов'язує, проте дає достатньо приводів (які неможливо було б виявити ні в новинах, ні в рекламі) попрацювати над власною «ідентичністю». Між фіктивною реальністю і реальною реальністю зберігаються очевидні відмінності, і саме тому індивід має сам потурбуватися про те, що стосується його ідентичності. Він не повинен, та й не може, обговорювати свою ідентичність в комунікації. Тож йому і не потрібно себе чимось зв'язувати. Але якщо цього більше не вимагається в інтеракціях, або ж кожного разу зазнає невдачі, то натомість можна скористатися матеріалами, що їх пропонують масмедійні розваги.

279) та автентичною поведінкою: «це властивість певної душі, яка не повертається сама до себе» („cette qualité d'une âme qui ne fait aucun retour sur elle-même", р. 99). Дивіться також протиставлення характерів Титана і Рокероля, зіпсованого передчасними переживаннями, тобто читанням: Paul, Jean. Titan, Werke. – München, 1969. – Bd. II. – S. 53-661. Цілісний концепт повинен викликати у читача контр-адикторне питання: як можна влаштувати так, щоб мати неререфлексовану автентичність і зберігати її попри читання.

Тим самим розвага, — принаймні з боку суб'єкта, — регулює процеси виключення та виключення. Але на відміну від буржуазної драми чи роману XVIII століття вона вже не має тієї форми, яка була пов'язана з типізованими виразами почуттів і тим самим виключала (ще не обуржуазнене) дворянство та нижчі прошарки; тепер розвага включає в себе всіх за виключенням тих, хто настільки мало задіяні в ній, що в окремих випадках вже не можуть активувати інтерес і через стриманість (часто у формі зверхньої абстиненції) вже призвичаїлися до самоті, яка більше не залежить від цього інтересу і саме цим і визначається.

Глава 9

ЄДНІСТЬ І СТРУКТУРНІ ПОЄДНАННЯ

Ці три програмні області, які ми розглянули окремо, дозволяють чітко розрізнити їх типіку. Це не виключає взаємного запозичення. Репортажі, згідно з розповсюдженою думкою журналістів, повинні писатися у розважальній манері (але що це означає? легко читається?); а численні сенсаційні повідомлення бульварної преси відбираються в залежності від їхньої розважальної цінності¹ (але і тут розвагу можна було б розуміти ширше і не в тому сенсі, який ми уточнили вище: як зняття самопородженої невизначеності). В першу чергу, реклама, чий корелят в реальності (ринок) не надто надихає, змушена щось винаходити, тобто вдаватися до [жанру] розваги і повідомлення про вже відоме. Американська газетна справа забезпечила у XIX столітті свою власну незалежність спочатку завдяки приватним оголошенням, а вже потім додала до цього повідомлення і розваги.² Результати впливу цієї історії виникнення [американських газет] діють і досі – не в останню чергу завдяки тому, що окремі видання, перш за все «Нью-Йорк Таймс», використовують цей типоутворювальний ефект для того, щоб від неї відрізнитися. Сьогодні можна знайти спеціалізовані журнали або окремі сторінки в газетах, які переважно присвячені комп'ютерній техніці, автомобілям, екологічному городництву, подорожам під час відпустки, в яких предметна інформація використовується як «одяг» для реклами. Нерідко популярна іконографія телебачення продукує розпізнавані образи і зна-

¹ На це вказав при обговоренні моєї доповіді в Академії наук землі Північний Рейн – Вестфалія пан Шульц-Торнау, депутат земельного Ландтагу.

² В цьому контексті про виникнення журналістського пафосу об'єктивної кореспонденції див.: Schudson a.a.O (1978). Про домінування реклами в американській пресі порівняйте з досвідом Генрі Адамса як видавця «Північно-Американського огляду» (North American Review 1871). «Секретам успіху редактора можна було легко навчитися; найвищим успіхом було отримати рекламні оголошення. Десять сторінок реклами приносять редактору успіх; п'ять характеризують його як невдачу». (The Education of Henry Adams: An Autobiography. – Boston, 1918. – P. 308).

ння, які сприяють трансляції змісту з однієї області в іншу. Таким чином, всередині окремих програмних областей можна спостерігати запозичення з інших. Саме дотепна реклама грає з імпліцитним знанням адресата, не активуючи його в пам'яті прямо і плоско. Щоб уникнути нудьги, репортажі – чи стилістично, чи через відеоряд – також збагачують елементами розваги. Попри це, у звичайному випадку (коли продукція не спрямована на введення в оману), можна легко побачити, яка програмна область регулює виробництво продукту. Якщо це припущення викликає сумніви, його можна легко перевірити емпіричним шляхом.

Проте, для розпізнавання програмної області необхідні особливі сигнали, які обрамлюють передачі. В газетних оголошеннях повинно бути чітко видно, що йдеться не про новини, а про рекламу. У випадку телебачення, наприклад, під час «зепінгу»³ не відразу можна розібратися, чи йде розважальна передача, чи передають новини або репортаж. Тут можна пригадати непорозуміння, яке набуло широкого розголосу, коли рід час передачі «Війна світів» багато глядачів уважали, що йдеться про справжнє приземлення позаземних істот. В типовому випадку фільми позначаються як такі на початку і в кінці. Майже завжди зразу ж можна розпізнати рекламу. Зовнішні рамки можна розпізнати лише в момент їхньої трансляції, проте для досвідчених глядачів існує ціла низка внутрішніх сигналів, які роблять можливою ідентифікацію.⁴ Втім, проблема виникає лише тому, що використовується єдиний технічний засіб (медіум), який можна використовувати для реалізації найрізноманітніших форм.

Попри це, не легко буде сприйняти тезу про єдність масмедійної системи, яка спирається на три такі різноманітні опори, якими є новини/репортажі, реклама та розваги. Спочатку впадає в око неоднорідність цих способів комунікації. Хоча можна досить легко емпіричним шляхом переконатися в тому, що всі три сфери використовують ту ж саму технологію розповсюдження і регулярно відтворюються на шпальтах однієї і тієї ж газети або в рамках одного і того ж часу на радіо і телебаченні. Але саме тоді, коли ми керуємося кодуванням «інформація/неінформація», нас особливо вражає розмаїття втілень, різноманітність у продукуванні подразнення та інформації в окремих областях медіа. Безумовно, новини, реклама і роз-

³ Перемикання телевізору з каналу на канал, переважно під час реклами. – Прим. перекладача.

⁴ Про виокремлення «сигнальних систем» див.: Williams, Raymond. *The Sociology of Culture*. – New York, 1982. – P. 130.

вага розрізняються в тому, як їх можна використовувати в подальшій комунікації. Добре поінформована завдяки новинам і репортажам людина може передавати інформацію іншим або говорити саме про неї, а не про природу, щоб спричинити подальшу комунікацію. У випадку реклами це менш доцільно, та й з розвагами подальша комунікація полягає не в тому, щоб і надалі плести павутину оповіді або робити з цього висновки для себе і повчати інших. Можна обмінятися смаковими судженнями і виявити свою спроможність давати оцінки. Проте на загал внесок усіх трьох форм масмедійної комунікації може полягати швидше в тому, – *і в цьому вони узгоджуються між собою* – щоб створити умови для подальшої комунікації, які не потребують спеціального комунікативного обговорення. Це стосується актуальних форм поінформованості, так само як і актуальних форм культурності (*Kultiviertsein*) у сфері суджень про цінності, життєві форми, модне та вже-не-модне. Адже завдяки мас-медіа можна оцінити, чи буде вважатися дистанціювання та демонстрація своєї власної думки як щось прийнятне, чи як провокаційне. Оскільки мас-медіа породжують певну фонову реальність, від якої можна відштовхуватися, від неї можна і відірватися та виділитися на її фоні особистими думками, прогнозами майбутнього, симпатіями, тощо.

Тому суспільну *функцію* мас-медіа ми знаходимо не у сукупності тих чи інших актуалізованих інформацій (тобто, не на позитивно оціненій стороні коду), а у породженій завдяки цьому пам'яті.⁵ Пам'ять суспільної системи полягає у тому, що у кожному випадку комунікації можна виходити з існування певних задалегідь відомих припущень про реальність, які немає необхідності окремо обґрунтовувати та вводити в комунікацію. Ця пам'ять діє у всіх операціях суспільної системи; вона слугує поточному контролю несуперечливості, озираючись при цьому (*im Seitenblick*) на відомий світ, і виключає занадто ризиковану інформацію як неймовірну. Таким чином, на ті чи інші обговорювані сегменти реальності (теми) нашаровується інша, не пов'язана консенсусними зобов'язаннями, реальність. Як спостерігач, кожен може підпасти під спостереження інших, не маючи при цьому відчуття, начебто вони живуть в різних, несумірних світах. Можлива навіть поява певної спортивної змагальності між свавільними судженнями в комунікації, які, проте, можуть спиратися на спільно припущену реальність і уникати (за винятком граничних випадків) небезпеки психіатричного тлу-

⁵ Так само, як і функція економіки не полягає у накопиченні багатства, а політики – не у тому, щоб бути при владі і т.д.

мачення. Прямі посилення на передачу інформацію можуть варіюватися та співвідноситися, в основному, з останніми новинами; але при продукуванні латентної культури повсякдення та при постійному відтворенні рекурсивності суспільної комунікації програмні області взаємодіють та поливають одні і ті ж ґрядки, з яких, за потреби, можна знімати врожай.

Отже, мас-медіа є засобами (медіумами) не в тому розумінні, що вони передають інформацію від знайомих до незнайомих. Вони являють собою засоби (медіуми) в тій мірі, в якій надають і відповідно розвивають фонові знання, на які можна спиратися в комунікації. Конституючим розрізненням є не «знання/незнання», а «медіум/форма».⁶ Медіум надає величезну, але водночас і обмежену область можливостей, з якої комунікація може відбирати форми, коли вона тимчасово орієнтується на певні змісти. І саме в цій галузі роблять свій внесок новини/репортажі, реклама і розваги, причому досить різноманітний спосіб.

Ще однією причиною репродукції розрізнення новин/репортажів, реклами і розваг могла би полягати в тому, що мас-медіа через ці області одночасно підтримують різноманітні структурні сполучення і відтворюють тим самим різноманітні способи долученості до інших функціональних систем. Реклама становить, безперечно, окремий ринок економічної системи з власними організаціями, орієнтованими на спеціальні ринки. Але вона не обмежується лише цим. Адже реклама повинна реалізувати свій продукт через власну динаміку соціальної системи мас-медіа, а не лише, як це є типовим для інших продуктів, через технічну або фізико-хіміко-біологічну придатність для задоволення певної потреби. Таким чином, у сфері реклами економіка настільки ж залежна від системи мас-медіа, як і сама система мас-медіа від економіки; і тут, типово для випадків структурних поєднань, неможливо встановити жодної предметно-логічної асиметрії, жодної ієрархії. Можна лише, подібно до термостату, встановити наявність кібернетичного кола, де вже від спостерігача залежить висновок про те, чи система опалення з допомогою термостата регулює температуру в приміщенні, чи температура в приміщенні з допомогою термостата регулює роботу системи опалення.⁷

⁶ Детальніше про це: Luhmann, Niklas. *Die Wissenschaft der Gesellschaft*. – Frankfurt, 1990. – S. 53, 181.

⁷ Втім, тут не можна стверджувати про рівномірний розподіл спостерігачів. У випадку реклами може бути більше спостерігачів, які стверджують, що швидше економіка домінує над рекламою, аніж навпаки. Але це означає лише те, що необхідно спостерігати спостерігачів для того, щоб дійти висновків у питанні про те, як суспільство розриває це коло.

Дещо менш однозначною виглядає та ж сама ситуація у випадку розваги. Її принцип вирішення самоствореної невизначеності через інформаційні секвенції можна спостерігати також і в мистецтві, насамперед в романі, проте і в музиці, танці, театрі. Тому запрошується думка розглядати розвагу як тривіальне мистецтво. Але що ж тоді означає це розрізнення «тривіальне/нетривіальне»? Очевидно, різниця полягає в проблематизації інформації, точніше в питанні, чи має місце співпостереження самореферентції інформації, чи ні. У випадку самореферентності інформація отримує оцінку в рекурсивній мережі художнього твору, тобто співвідноситься з тим, що селекція саме цієї інформації (і жодної іншої) вносить у гру форм художнього твору. Якщо йдеться про тривіальне, то інформація переживається як щось несподіване, як приємне прояснення ще відкритих невизначеностей. Тому цілком можливо тривіально переживати твори мистецтва або тривіально їх копіювати, відмовляючись від співрефлексії можливостей, виключених завдяки інформаційному ряду. На користь цього не в останню чергу говорить і той факт, що розвага часто складається з елементів, які спочатку були призначені для творів мистецтва.⁸ Тут навряд чи можна говорити про взаємні структурні пов'язаності, оскільки не видно, як мистецтво може виграти від його тривіалізації як розваги, — нехай навіть в сенсі певного дрейфу у напрямку форм, які все менш придатні для розважання, тобто в сенсі наполегливого примусу до відмінності. Проте наближення розваги до системи мистецтва допускає спостереження над собою, а значить, — і більш-менш широку зону, в межах якої віднесення (Zuordnung) до мистецтва чи розваги є неоднозначною і віддається на розсуд спостерігача.

На іншу ситуацію ми знову натрапляємо у сфері новин та репортажів. Тут існують чіткі структурні пов'язаності між медійною системою і системою політичною. Політика отримує зиск від «згадувань» в мас-медіа і водночас вони її дратують (як Андреоті через карикатури Форатіні). Як правило, масмедійні повідомлення вимагають певної реакції політичної системи, яка, зазвичай, втілюється у вигляді медіа-коментарію. Тому у більшості випадків одні і ті ж комунікації набувають одночасно і політичної, і масмедій-

⁸ Це розрізнення підкреслюється у знаменитому творі Клімента Грінберга (Greenberg, Clement. *Avant-Garde and Kitsch* (1939) // *Art and Culture*. — Boston, 1961. — Р. 3-21), очевидно, спрямованому проти радянських і націонал-соціалістичних спроб політично дисциплінувати мистецтво. Втім, задовго до цього були спроби подолати прірву між «високим» і «низьким» мистецтвом. Про це див.: Burgin, Victor. *The End of Art Theory: Criticism and Postmodernity*. — London, 1986. — S. 2.

ної релевантності. Але це стосується завжди окремих подій і лише *ad hoc*. Адже подальша переробка відбувається в політичній системі – передовсім в умовах демократії і опозиції, яка існує у формі партій – на зовсім інших шляхах ніж у мас-медіа, де йдеться про певну історію з продовженням. Ці різні рекурсивні мережі свідчать, зрештою, про те, що такі події, які для спостерігача першого порядку могли б виглядати як дещо єдино визначене, як «політична новина», можуть ідентифікуватися абсолютно по-різному, в залежності від того, в якій системі відбувається ідентифікація.

Подібні структурні пов'язаності можна спостерігати стосовно мас-медіа і спорту. Інші тематичні області (мистецтво, наука, право) порушуються швидше як маргінальні: в типовій ситуації (але лише в одиничних випадках) правова система відчуває роздратування у випадку ухвалення мас-медіа досудового вироку або у випадку такого роду кореспондентських повідомлень, які з огляду на «відповідальність за наслідки» навряд чи можна проігнорувати в процесі подальшого формування юридичної думки.⁹ Характерним випадком був «проіграний процес Родні Кінга» в Лос-Анджелесі в 1992 – 1993 роках. У всякому випадку, розчленованість області новин впливає не тільки зі своєрідної родо-видової логіки, але й з тих збурень, які вона породжує в інших системах суспільства, і в типовому випадку – у формі системно-системної координації.

Наостанок розглянемо вкрай важливе питання, яке полягає в тому, що у всіх програмних областях мас-медіа не прагнуть вибудовувати *консенсусну* конструкцію реальності, а якщо і прагнуть – то безуспішно. Їх світ удосталъ містить і відтворює розбіжність думок. Це відбувається не тільки тоді, коли повідомляється про конфлікти, чи коли з'являється підозра у маніпуляціях або «наживо» демонструються чисто приватні погляди на реальність. Мас-медіа постійно і завжди працюють над своєю власною дискредитацією. Вони самі себе коментують, оскаржують, вони самі себе виправляють. Теми, а не думки, мають вирішальне значення. Про «зникнення лісів» говориться так багато, що зрештою вже знаєш, що не знаєш, в чому полягає причина, проте, принаймні, знаєш, що з цього питання існують різні думки. З огляду на комплексність тематик і обговорень не спрацьовує і віднесення (*Zurechnung*) різності думок до жорстко заданих структур,

⁹ Прикметний випадок винятку становить ретельно сплановане висвітлення у пресі та на телебаченні антикорупційної кампанії італійських прокурорів і суддів. Тут була проведена свідомо медійно-політична робота, при тому, що наслідки, які з цього потім виникли, не потягнули за собою ніякої політичної відповідальності.

скажімо, соціальних прошарків або різних ідеологічних партій. Ми лише вчимося спостерігати спостерігачів та, за очікуваних розбіжностей, самим переживати конфлікт як реальність. Чим більше інформації, тим більша невизначеність і тим сильніша спокуса ствердитися у своїй власній думці, ідентифікувати себе з нею і не міняти її.

Які висновки повинна зробити з цього теорія?

Вочевидь, ми можемо виключити, що згадані програмні області утворюють ту чи іншу оперативно замкнену (!) функціональну систему.¹⁰ Але й уявлення про те, що у всіх випадках йдеться буцімто лише про додатки тих чи інших функціональних систем, які використовують мас-медіа як технічний засіб для розповсюдження своїх комунікацій, навряд чи буде переконливим. Тоді б залишилися поза увагою власна динаміка та «конструктивістський ефект» цих засобів [розповсюдження]. Адже вони, як соціальна комунікація з далекосяжними наслідками, не можуть бути редуковані до чистої техніки. Цих проблем можна уникнути, якщо виходити з припущення про диференціацію системи мас-медіа на рівні їх програм.

Це дозволяє випрацювати уявлення, що система використовує свої програми для диверсифікації стосунків з іншими функціональними системами суспільства; це відбувається на *структурному* рівні, адже контакти на оперативному рівні виключаються. Подібні аранжування відомі і в інших функціональних системах. До прикладу, правова система, щоб мати змогу розділити відносини з самою собою, політикою і економікою, диференціює джерела юридичної сили своїх програм за судочинством, законодавством та договором.¹¹ А система мистецтва розрізняє дуже різні види мистецтв (образотворче мистецтво, поезія, музика і т.д.) в залежності від того, які засоби (медіуми) сприйняття зовнішнього світу в них використовуються. У всіх цих випадках ми виявляємо одну і ту ж проблему розуміння системи як єдності в цій диференціації. У юристів існує проблема розуміння «права судді» і навіть договору як джерела права, а система мистецтва взагалі описується як система «красних мистецтв» лише у другій половині XVIII

¹⁰ Подібні міркування висловлюються стосовно сфери новин. Але тоді залишаються реклама і розваги, які необхідно було б приєднати до інших сфер, скажімо, до системи економіки або до системи споживання «вільного часу» (яку важко ідентифікувати).

¹¹ Див.: Luhmann, Nikolas. *Das Recht der Gesellschaft*. – Frankfurt, 1993.

століття, і навіть після цього аж по сьогоднішній день точиться суперечка про те, чи належить до неї література чи ні.

Розділення мас-медіа на програмні області, втім, як і диференціація всередині програмних областей, роблять очевидним розпад порядку, який раніше називали класовим суспільством, і тим самим, зі свого боку долучаються до ліквідації класових структур. Це не означає, що відтепер знаменитості втратять свою відмінність від інших, і що розпочався процес нівелювання. Але фракціонування навіювання [соціальної] значимості руйнує ілюзію суцільної переваги або підпорядкованості (*Unterlegenheit*) різних прошарків населення. Масмедійне виробництво спирається не на квазі-феодалну класову структуру, а на взаємне рольове доповнення аранжувальників і представників публіки, зацікавлених в тому чи іншому секторі. Завдяки цьому відбувається поділ на групи постійно згадуваних імен та постійно присутніх обличчя зі сфери політики і економіки, спорту і шоу-бізнесу. Ми бачимо будинки і умебловання, які вочевидь були придбані а не успадковані, і не дозволяють робити якісь припущення щодо освіченості або впливовості [їхніх власників]. Таким чином, прошарки, ознакою яких є походження, заміщуються фракціями знаменитостей; а твердження про те, що буцімто за цим криється якась невидима влада, належить до міфології модерну, яка пояснює глядачеві той факт, чому він сам не був відзначений [таким же суспільним визнанням]. Якщо в такий спосіб конструється і весь час підтверджується суспільна реальність, то у жодної влади немає сили, щоб цьому протистояти. Потреби у спрощувальних поясненнях переводяться відтак у ті *qualitas occulta*,¹² які уможливають редукування сприйнятої реальності до схеми влади і жертви.

Ми можемо підбити підсумки нашого аналізу: функціональні системи ідентифікують себе як єдність на рівні свого коду, тобто через свою первинну відмінність, а свої відносини із зовнішнім світом вони ідентифікують на рівні власних програм. Відмінність кодування і програмування в рефлексії системи є одночасно відмінністю ідентичності і відмінності. Розробка та ступінь ще припустимої диференціації програм залежать від суспільних умов їх відособлення.

¹² Приховані якості (лат.) – Прим. перекладача.

Глава X.

ІНДИВІДИ

Отже, якщо багато що говорить на користь диференціації програмних областей новини/репортажі, реклама і розваги, то що свідчить про їхнє об'єднання в одній і тій же функціональній системі?

Можна було б навести технічно обумовлені причини, такі як друк та радіохвилі. Адже для того, щоб виокремитися з інтеракційних контекстів повсякденного життя, мас-медіа у всіх випадках використовують одну і ту ж технологію. Подальші причини криються у спільності кодування «інформація/неінформація» та у спільній функції системи. Це – важливі, проте водночас і надто формальні ознаки, які майже не розкривають смислу диференціації типів програм. Залишається питання: чому саме так, чому не інакше?

Якщо шукати більш конкретне пояснення, то впадає в око, що диференціація повторює форми, в яких сучасне суспільство надає індивідуальні мотиваційні ситуації для здійснення комунікації. Це пояснення передбачає, що під «мотивом» маються на увазі не психічні і навіть не нейрофізіологічні каузальні фактори; мова йде виключно про комунікативні способи зображення, тобто про те, як в комунікації розглядається приписування [мотивів] індивідам.¹ Адже комунікація про мотиви повинна змиритися з тим, що в ній фактично неможливо виявити і верифікувати гіпотетичні казуальності. Таки чином, можна вести мову лише про «підстави» дій, які імпліцитно або

¹ Раннє описання цього поняття мотиву, яке стосується до концепції Макса Вебера, дав Ч. Райт Мілс: Mills, C. Wright. *Situated Actions and Vocabularies of Movie* // *American Sociological Review*. – 1940. – № 5. – Р. 904-913. Порівняйте з його ж роботою: Mills, C. Wright. *Language, Logic and Culture* //, *American Sociological Review*. – 1939. – № 4. – Р. 670-680. Більш детально див.: Burke, Kenneth. *A Grammar of Movies* (1950). – Cleveland, 1962, більш детально про правила приписування див.: Blum, Alan F., McHugh, Peter. *The Social Ascription of Motives* // *American Sociological Review*. – 1971. – № 36, – Р. 98-109.

експліцитно відносяться до індивідів, але з операційного погляду являють собою артефакти суспільної комунікації і лише як такі можуть співдіяти у породженні подальших комунікацій, – що б при цьому не гадали собі індивіди.

Новини і репортажі передбачають наявність індивідів як когнітивно зацікавлених спостерігачів, які лише беруть до уваги те, що їм демонструють. Водночас мас-медіа компенсують цю гіпотетичну пасивність завдяки тому, що вони атомізують (*singularisieren*) окремих акторів, про яких вони повідомляють, зображуючи їх як причину власних дій. Тим самим реєструється, що лише соціально визнані знаменитості здатні здійснювати значимі за своїми наслідками вчинки або, навпаки, фіксується якась незвична, дивна, часто кримінальна індивідуальна поведінка. В обох випадках глядача імпліцитно стримують від того, щоб він робив висновки стосовно себе. Тим самим отримує підтвердження його пасивна роль як одного з багатьох мілярдів і, одночасно, як виняток, – його індивідуальність.

Реклама передбачає індивідуума як істоту, що рахує свою вигоду. При цьому вона виходить з єдиного мотиваційного взірця, який описує всіх індивідів, і починаючи з XVII століття, довів свою застосовність в теоріях політичної економії, а потім – і в сучасній грошовій економіці. Ці теорії змушені вдаватися до абстракцій, адже вони для пояснення економіки потребують концепцій мотивації, які були б здатні описати індивідів у дуже відмінних позиціях стосовно трансакції: як того, хто безпосередньо задовольняє свої бажання, так і того, хто лише отримує гроші; як того, хто купує, так і того, хто не купує і заощаджує свої гроші або витрачає їх якось інакше. Попри свою одноманітність, припущений мотиваційний стан лестить індивідууму, адже він описує його як господаря власних рішень, як слугу лише своїх власних інтересів.

Зовсім по іншому справа виглядає з розвагою. Для індивідуалізації мотиваційних станів тут був обраний медіум наративної функціональності. В цьому випадку індивіди постають з біографією, проблемами, самопородженими життєвими ситуаціями та життєвими самообманами, із (зрозумілою для спостерігача) потребою у витісненні, неусвідомленості, латентності. Медіум функціональності має ту перевагу, що може здійснювати конкретизації, або, принаймні, їх позначати, одночасно залишаючи читачеві або глядачеві можливість самому вирішувати, чи бажає він чи ні робити з цього висновки про самого себе або про відомих йому осіб. Подібні історичні взірці починають формуватися вже у театрі раннього модерну, пізніше – в сучас-

ному романі та в обуржуазненій культурі оповідання (Verbürgerlichung der Erzählkultur), а потім, на завершення цієї традиції, вони переходять в психоаналітичне метаоповідання, в оповідання про «економіку» (!) бюджету психічної енергії, яка, правда, повинна дати раду не боргам, а швидше витісненню та збуренням з боку несвідомого. За допомогою цього інструментарію мас-медіа – на усіх рівнях тривіальності і рафінованості – можуть розповсюджувати «ще не реалізовані пропозиції», з-поміж яких індивід може обирати те, що він психічно потребує і що він спроможний витримати, – так само як він обирає з пропозицій реклами.

Значення персональної індивідуалізації стає ще більш ясним і очевидним з огляду на часові співвідношення у сповнених напруження оповіданнях. З одного боку, особи, які постають в оповіданні, стають все більш знайомими, мають імена, діють, відкривають дещо зі свого минулого. Вони індивідуалізуються через свою власну історію. З іншого боку, ми все ж не знаємо, як вони будуть діяти, зокрема у невідомих ситуаціях або в умовах ще не відомої провокації з боку інших осіб. Таким чином, в індивідуальних особах відоме або лише пізнаване, але у будь-якому випадку незмінне минуле зустрічається з невідомим майбутнім. Персони символізують єдність схеми відоме/невідоме, яка інтерпретується через часову диференціацію минулого і майбутнього. Тим самим вони наче абсорбують увагу до часу і слугують його реальними символами. У своїх діях вони інтегрують минуле і майбутнє і повинні поводити себе індивідуально, так, щоб їх можна було відрізнити, і стало б ясно, що це може відбуватися у найрізноманітніший спосіб. *Проте, залишається невисвітленою інша сторона цієї форми спостереження за часом, а саме та, що, ймовірно, могли б існувати і зовсім інші можливості розділення та реінтеграції минулого і майбутнього, наприклад, через організацію.* Крім того, питання про те, чому в різних програмних областях історично розвивались такі різноманітні форми врахування індивідуальних мотивів, залишається без відповіді, хоча вже можна побачити певну структуру. У всіх випадках йдеться про «взаємпроникнення» (Interpenetration), тобто про можливість враховувати комплексність індивідуального формування свідомості всередині суспільної комунікації.² І у всіх випадках вирішення цієї проблеми, зрештою, набуває парадоксальної форми. Адже задіяний у комунікації індивідуум в тій чи іншій формі одночасно індивідуалізується і деіндивідуалізується, тобто набуває рис

² Про «взаємпроникнення» в цьому розумінні детальніше див.: Luhmann, Niklas. Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie. – Frankfurt, 1984. – S. 289.

единоманітності та фіктивності (*uniformisiert und fiktionalisiert*) таким чином, що в комунікації можна продовжувати враховувати індивідів, не маючи можливості вдаватися до операцій, завдяки яким кожен індивід сам для себе перетворювався б на унікальну операціонально-замкнену систему. Диференційована пропозиція мас-медіа дозволяє забезпечити суспільну комунікацію постійним співвіднесенням з індивідами і не вимагає при цьому зважати на специфіку інших функціональних систем. Мас-медіа не потрібно перевершувати ні персоналізацій сімейних систем, ні анонімізацій економічної системи. Достатньо тих стандартизацій, які підібрані таким чином, що дозволяють залученому індивіду самостійно визначати і обирати смисл своєї участі – або виключити [телевізор].

Отже, у всіх програмних областях засобів масової комунікації передбачається наявність «людини», – але, звичайно ж, не у вигляді реального відтворення її біохімічних, імунологічних, нейробіологічних та свідомо-психічних процесів, а як соціального конструкту. Цей конструкт «когнітивно більш-менш поінформованої, компетентної в рішеннях, морально відповідальної» людини потрібен функціональній системі мас-медіа для того, щоб постійно подразнювати саму себе з огляду на біологічний і психічний зовнішній світ людини.³ Як і в інших операційних системах, цей зовнішній світ залишається операційно-недосяжним, він не може включатися частинами, і саме з цієї причини потребує постійного «прочитання»: «Характеризація»⁴ людей, яка безперервно відтворюється у вказаний спосіб, позначає з внутрішнього боку системних меж мас-медіа точки, в яких набирають чинності структурні поєднання із зовнішнім світом людей. В

³ Про «*homo economicus*» економічної системи та «*homo iuridicus*» правової системи див.: Hutter, Michael, Teubner, Gunther. *Der Gesellschaft fette Beute: homo iuridicus und homo economicus als kommunikationserhaltende Fiktionen* // Fuchs, Peter, Göbel, Andreas (Hrsg.). *Der Mensch – das Medium der Gesellschaft?* – Frankfurt, 1994. – S. 110-145. Втім, те ж саме стосується і так званого «методичного індивідуалізму» та концепції «раціонального вибору» в соціальних науках. Тут також індивідуальність окремих людей враховується не конкретно, а лише настільки, наскільки це необхідно для конструкції пояснень, які функціонують згідно з методологічними критеріями.

⁴ Мода на «*portraits*» або на «*caractères*» у XVII та XVIII століттях, які іронічно коментує Дідро, була, зі свого боку, продуктом книгодрукування і тому не могла сприйматися занадто серйозно. Див.: Diderot, Denis. *Satire I, sur le Caractères et les Mots de Caractères, de Professions, etc.* // *Œuvres*. – Paris, 1951 (éd. de la Pléiade). – S. 1217-1220

такий спосіб мільярдам спалахів психічних подій надається форма, яка уможливило подальше використання всередині масмедійної системи та нове психічне прочитання в низці відмінностей, які з цього випливають. Як завжди буває при структурних поєднаннях, ці зв'язки виявляються занадто комплексними для їх зображення у термінах лінійної казуальності або репрезентації. Навпаки, вони не виникають довільно і не модифікуються у вільній формі. Спів-еволюція соціальних і психічних систем знайшла форми, які на обох сторонах відтворюють висококомплексні системи з власною динамікою і зберігають відкритість для подальшої еволюції.

У мас-медійній системі ця конструкція людини репродукує міф про служіння цій людині. Ця людина «зацікавлена» в інформації, а в життєво важливих речах навіть залежить від неї. Отже, їй необхідно інформувати. Вона морально вразлива до спокуси – отже їй необхідно постійно демонструвати різницю між добром і злом. Вона безвільно тече за обставинами – отже їй необхідно показати варіанти рішень, або за висловом одного медіа-концерну – дати «духовні орієнтири». Ці положення жодною мірою не втратили своєї актуальності і після того, як друковані медіа були доповнені медіа, що продукують образи. Але вони все більше і більше служать доповнюючій інтерпретації відомих облич (а часто і тіл та рухів) та імен. Хоча про це у нас замало емпіричних знань, але це може призводити до спрощення та до одночасної субтилізації використовуваних конструктів.

Було би прикорм непорозумінням сприймати це «конструктивістське» зображення проблеми «система/зовнішній світ» як чистий самообман мас-медіа: Адже це передбачало б, що по той бік ілюзії існує ще якась реальність, яку можна було б досягти. Проте і це не було б тим зображенням, якому можна було б повірити на слово. Це швидше успішна спроба узгодити між собою самореференцію та інореференцію за дуже жорстких системно-специфічних умов.

Глава XI.

КОНСТРУКЦІЯ РЕАЛЬНОСТІ

Отже, ми повертаємося до основної проблеми цієї розвідки, до питання конструкції реальності сучасного світу та його суспільної системи. У повсякденному житті виходять, зазвичай, з того, що світ є таким, яким він є, і що відмінності у думках є результатом різних «суб'єктивних» перспектив, досвіду, спогадів.¹ Новочасна, посттеологічна наука ще більше посилила це припущення і спробувала обґрунтувати його методично. В той час, як природничі науки цього століття поставили це припущення під сумнів, соціальні науки, навіть коли вони говорять про «теорію хаосу» і тому подібне, з погляду методики перебувають, вочевидь, все ще у пошуку «саметієї» реальності і допускають лише історично, етнічно або культурно обумовлений релятивізм.² Адже для того, щоб взагалі можна було щось досліджувати, необхідно припустити наявність якогось «предмету», на який це дослідження було б спрямоване; в іншому випадку постійно йшлося б про багато чого, і завжди – по різному. Але чи не достатньо буде для подолання цього заперечення припустити, що система має пам'ять?

Проте, потім з'ясовується, що системою, яка гарантує суспільству становлення реальності, не може бути лише система науки. Тут швидше варто згадати про знання світу, яке постійно творить і відтворює система мас-медіа. Питання звучить так: який опис реальності продукують мас-медіа, якщо необхідно виходити з того, що вони активно функціонують у всіх трьох програмних областях? І якщо про це можна було б скласти певну

¹ Ця аргументація і той факт, що світ повсякденності, життєвий світ, фольклор, тощо можуть пропонуватися як наукові терміни, проявляються лише з середини минулого століття, тобто одночасно з крахом метафізичної конструкції світу та пошуком інших підстав для спостереження «реальності».

² Про це див.: Meyerson, Debra E. Acknowledging and Uncovering Ambiguities in Culture // Frost, Peter J. et al. (Ed.). Reframing Organizational Culture. – Newberry Park, 1991. – P. 254-270.

думку, то відразу ж постає інше питання: яке суспільство виникає у випадку, коли воно вповодж довшого часу, невпинно і в такий спосіб інформує себе про самого себе?

Якщо ставити питання про спільні риси методу селекції [інформації], то спочатку наштовхуємося на розповсюджене припущення про ціннісний (wertmäßigen) або нормативний попередній відбір. Наприклад, Талкот Парсонс [1902-1979, видатний американський соціолог, засновник теорії соціальної дії – прим. ред.] вбачав у цьому умови можливості дій та їх систем. Цю можливість, природно, не можна виключати, але вона мало що пояснює; вона виявляла б себе занадто грубо, розпізнавалася би занадто легко та швидко, провокувала б появу протилежних критеріїв. Адже існують і інші форми селекції, які діють більш приховано і одночасно невідворотно. Це стосується категоризації будь-якого виду, а отже, і зображення конкретних обставин справ у більш загальних поняттях; це важливо і для каузальних атрибуцій, тобто для спільного зображення (Mitdarstellung) причин і/або наслідків тих чи інших обговорюваних феноменів. Подібно до того, як смисл може обговорюватися в комунікації лише в контексті генералізацій, які, звичайно ж, можуть варіюватися від відносно-конкретного до відносно-загального, так і каузальність можна зображати лише шляхом виокремлення певних причин (або певних наслідків). В каузальній атрибуції в жодному разі не йдеться лише про непідтверджені припущення в порівнянні з іншими, також можливими поясненнями, а про те, що селекція неминуче виключає і причини причин і наслідки наслідків.³ Диспозиційність висвітлення може варіюватися через ідеологічні або нормативні упередження, проте і за наявності серйозних зусиль задля збереження нейтральності ця диспозиційність є неминучою з огляду на відомі ціннісні конфлікти. З цієї причини конфлікти думок, які відбуваються в мас-медіа, дуже часто реалізуються у вигляді операцій з різноманітними каузальними атрибутами і завдяки цьому набувають вигляду компактно пов'язаності фактів, яку вже неможливо розірвати. Але і навпаки – редукуючі каузальні атрибуції породжують оцінки, емоції, заклики, протести (що, ймовірно, відбувається частіше). І те і інше стосується новин і репортажів, але також і інсценування оповідань та реклами, яка в області каузального (якщо така взагалі тематизується) згадує лише те, що говорить на її користь.

Загалом можна констатувати, – і це стосується як інтеракції серед присутніх осіб, так і масмедійної комунікації, – що економія і темп комунікації

³ Поп.: Luhmann, Niklas. Das Risiko der Kasualität. – Ms., 1995.

завжди вимагають посилення на смислові комплекси (на «гештальти» у розумінні гештальтпсихології) і, що з цієї причини комунікація ніколи не зможе знову досягти того смислу, який вона пропонує для розуміння, так що в нормальному випадку не можна відділити одне від одного те, що належить до інформації, і те, що належить до повідомлення. А в кінцевому підсумку це означає, що підозра в упередженості або маніпуляціях, хоча і постійно відтворюється, проте, насправді, як проблема ніколи не зможе вирішитися за допомогою відповідного розрізнення.

Будь-який більш точний аналіз, насамперед, емпіричне дослідження, повинні, вочевидь, виходити із тієї області, яка найбільш безпосереднім чином слугує відображенню реальності, так декларується і так сприймається: із сфери новин і репортажів. Тут діють вище названі фактори селекції, найперше ті, які орієнтовані на дисконтинуальність і конфлікт. Якщо під такими факторами селекції ми розуміємо двохсторонні форми (Zwei-Seiten-Formen), стане зрозуміло, що інша сторона форми, її антонім, залишається невисвітленою. Тоді у зображенні суспільства виявляються насамперед розломи, – або по часовій вісі, або у соціальному вимірі. Відповідно, конформність і згода, відтворення завжди тотожного досвіду і константність рамкових умов залишаються недопроявленими. Професійне вміння масмедійних дизайнерів (Mediengestalter) спонукає надавати перевагу неспокою перед спокоєм. Взагалі, варто замислитися вже над тим, що для самоопи-сання суспільства обирається саме ця вісь, а не якась інша, а якщо вона вибрана, то вже навряд чи можлива якась інша опція, крім тієї сторони, на якій відбувається дія. Завдяки цьому типу самоспостереження суспільство збуджує себе до постійної інновації. Воно породжує «проблеми», що потребують «вирішення», які породжують «проблеми», що потребують «вирішення». І саме завдяки цьому суспільство одночасно відтворює теми, які могли би підхоплюватися мас-медіа і трансформуватися в інформації.

Цю однобічність можуть компенсувати *лише самі мас-медіа, а саме наданням переваги моральним оцінкам*. У застосуванні до ситуації в США результат цієї дистанційної соціалізації (Fernsozialisation) отримав назву «морального розуму» (moral intelligence). Вона включає в себе вимогу чинити спротив обставинам, витримувати труднощі і, за необхідності, ламати правила.⁴ Проте в кінцевому підсумку має бути видно, хто поганий, а

хто хороший. Те, що у вигляді реальності не набуває достатнього прояву, пропонується у вигляді моралі, у вигляді вимоги. Тому консенсус кращий ніж конфлікт (Dissens), треба вміти залагоджувати конфлікти (оскільки все одно йдеться про цінності), а пов'язаність з реальністю, переважно зорієнтованою на квантитативності (якомога більше добра, якомога менше зла), нейтралізується «питанням про смисл». Тоді справа виглядає так, начебто сутність моралі полягає в тому, щоб обирати опції миру, компромісу, солідарності, смислу. Але з історичного та емпіричного погляду, це жодним чином не відповідає дійсності. Не існує жодних підстав – які крилися б в самій моралі – відмовлятися від морального заохочення боротьби з ворогами, від розрізнення між in-group та out-group, від незгоди з чужорідними позиціями.⁵ І тут мас-медіа, як видається, визначають спосіб прочитання світу, додаючи до цього описання моральну перспективу. Наголошування на консенсусі, солідарності, цінностях, пошуку смислу з акцентуванням їхньої можливої втрати починається лише у другій половині XIX століття, в епоху масового друку та загального розповсюдження грамотності (Literalität) серед нижчих прошарків, свого роду пастеризації всього суспільства, або того, що під ним розуміють.

Можна було б припустити, що ця нав'язлива зосередженість на моралі пов'язана з кодуванням інформація/неінформація або з односторонньою презентацією форм, інший бік яких хоча і передбачається, проте не отримує одночасного висвітлення; вона, таким чином, пов'язана із замовчуванням незбудженої нормальності, тобто з парадоксальністю включеного в розум Іншого, – включеного як виключення. Адже мораль у звичайних обставинах абсолютно непотрібна, вона є неодмінним симптомом появи патологій. Замість того, щоб орієнтуватися на природно-зрозуміле, комунікація обирає форму моралі як щось, що одночасно є фактичним і нефактичним; як щось, що вимагає постійного нагадування про себе; як щось, що відсутнє і тому не може бути віднесене ні назовні, ні всередину. Як тільки цей перехід, це відхилення в бік моралі здійснене, воно починає котитися наче само собою, як на коліщатах, інколи занадто швидко. У цьому випадку мораль

⁵ Гарним дослідженням про моральні установки в колишній Югославії, які на той час визначалися родовою приналежністю і лише поверхнево прикривалися офіційною марксистсько-тітоїстською ідеологією, яку розповсюджували мас-медіа, стала захищена у Білефельді дисертація Душана Врбана: Urban, Dusan. Culture Change and Symbolic Legitimation: Functions and Traditional Meaning of Symbols in the Transformation of Yugoslav Ideology. В той час неможливо було знайти видавця цієї праці.

служує певного роду додатком селективності в компенсаторному розумінні. Одо Маркварда, тобто пропонується «замість того».⁶ Це могло б пояснити, чому мораль і навіть її рефлексивна форма – етика – справляє враження зістареної та змарнілої, такої, що, вочевидь, цікавиться лише патологічними випадками. Відповідно, окремі випадки об'єднуються термінами в кшталт «корупція» і можна лише погодитися з давньою здогадкою Жака Поля: «Ангели все ще можуть падати, а чорти – множитися».⁷ Мораль потребує очевидно-скандального – подібні епізоди допомагають їй омолодитися; вона потребує мас-медіа і особливо – телебачення.

Навіть якщо це являє собою баланс, який урівноважується всередині самого себе, в його основі лежить високоселективна схема. Реальність описується в такий спосіб (і це відбувається виключно у модусі пошуку істини), який викликає відчуття необхідності її урівноваження. Безперервному відтворенню того, що «є» протиставляється те, як «власне має бути». Інституціонально-передбачена протилежність партій, яка дає можливість політичній системі міняти місцями уряд і опозицію, настільки інтенсивно репрезентується в новинах дня, що стали цінності політичної відповідальності політики видаються неповними (*defizitär*) і потребують нагадування [про себе]. «Політичний клас» (як зневажливо говорять останнім часом) не може впоратися з великими завданнями епохи. Половання за великим грошима, кар'єрним зростанням, репутацією, рейтингом, високосортною освітою видається настільки домінуючим, що рецесивний фактор «сезон життя» (як в еволюції) змушений використовувати мораль, щоб знову вступити в гру. Проте дефіцит реальності, навіть уявний, неможливо урівноважити нормативним. Якщо певна тема моралізується, виникає враження, що вона цього потребує, *оскільки реальна реальність інша*.

Проте, описання суспільства, яке відбувається в новинах і репортажах, не єдино ефективним. До цього долучаються як реклама, так і розвага, а саме через посередництво індивідуальних настанов та готовність до комунікації іншими словами, в досить опосередкований спосіб. Реклама неминуче розповсюджує свою комунікацію через таку велику кількість предметів і таку велику кількість реципієнтів, що у кожного має скластися враження, ніби то існує щось набагато красивіше і краще, ніж те, що він в змозі сам собою

⁶ Див.: Marquard, Odo. *Aesthetica und Anaesthetica: Philosophische Überlegungen*. Paderborn, 1989.

⁷ Paul, Jean. *Traum eines bösen Geistes vor seinem Abfalle* // Jean Pauls Werke: Auswahl in zwei Bänden // Stuttgart, 1924. – Bd. 2. – S. 269-273 (269).

забезпечити. Обмеження досяжного сприймаються тоді не як встановлена богом природна необхідність та випробування, вони більше не регулюються жорсткими становими межами, що задавали рамки, які обмежували те, з ким і в чому можна осмислено порівнювати самого себе. Зникло релігійне і стратифікаціоністське регулювання імітаційних конфліктів у розумінні Жирара.⁸ Натомість, обмеження переживаються як брак купівельної спроможності. Спочатку могло складатися враження, яке подразнювало індивідуальні системи свідомості і перероблялося в них, у вищій мірі різноманітними, системно-обумовленими способами. Втім, оскільки йдеться про масивні і стандартизовані впливи, можна припустити, що завдяки цьому справляється вплив і на умови правдоподібності соціальної комунікації. Адже для того, щоб вступити в комунікацію, індивіди і так здійснюють по відношенню одне до одного підстановку подібності досвіду – попри повністю індивідуалізований, ідіосинкразичний спосіб операцій їхніх систем свідомості. Всесвітній розпад аграрно-ремісницьких господарств і зростаюча залежність задоволення будь-якої потреби від грошей створюють для цього тло досвіду, який легко вбирає в себе пропоновані мас-медіа уявлення. Тоді суспільство постає у вигляді певного порядку, в якому повно грошей, але кожному їх не вистачає. І який висновок можна найшвидше зробити, як не про несправедливий розподіл?⁹ І тоді з'являється попит на пояснення [цієї обставини] і на пропозиції про те, як це можна змінити.

Мас-медійна розвага також спроможна опосередковано впливати на те, що конструюється як реальність. Довгий час, принаймні у XVII і XVIII століттях, читання романів розглядали як відволікання, як розвагу, а його небезпеку вбачали лише в тому, що воно буцімто робило людей непридат-

⁸ Поп.: Girard, René. *Des choses cachées depuis la fondation du monde*. – Paris, 1978.

⁹ На передньому плані соціологічно-соціально-психологічних досліджень проблеми справедливості, які, вочевидь, також потерпають від цього враження, стоїть якраз ця сама проблема розподілу, а зовсім не стара проблема «*Suum cuique*», яка передбачає стану диференціацію. Не включається в проблему справедливості і правило, притаманне юридичній системі: однакові випадки повинні вирішуватися однаково, а різні – по різному. Про соціально-наукове дослідження проблеми справедливості див., наприклад: Walster, Elaine, Walster, G. William, Berscheid, Ellen. *Equity: Theory and Research*. – Boston, 1978; Walzer, Michael. *Spheres of Justice: A Defence of Pluralism and Equality*. – Oxford, 1983; Schmidt, Volker H. *Lokale Gerechtigkeit – Perspektiven soziologischer Gerechtigkeitsanalyse* // *Zeitschrift für Soziologie*. – 1992. – № 21. – S. 3-15; Wegener, Bernd. *Gerechtigkeitsforschung und Legitimationsnormen* // *Zeitschrift für Soziologie*. – 1992. – № 21. – S. 269-283.

ними для діяльного життя.¹⁰ Прототипами були Дон Кіхот і щоразу жінки, які наражалися на небезпеку через читання романів.¹¹ Вже в критиці читання романів широко розповсюдився топос, що [в них] не витримується розрізнення реальної реальності і реальності фіктивної. Проте саме цим пунктом, в свою чергу, знайшов відображення в романі і був протиставлений автентичному ставленню до світу – так, начебто цієї небезпеки можна було уникнути саме завдяки тому, що читач через читання отримував відповідь – треба намагатися бути автентичним.¹²

Кіно і телебачення загострили ці проблеми, та й роман – як діагноз часу (на відміну від авангардистських експериментів), здається, поставив собі за мету навіяти читачеві, що досвід [який він сприймає] є його власним. Той, хто підпадає під такий вплив, потім може комунікувати так, начебто він і сам знав про це. Відмінність між внутрішньою і зовнішньою сторонами фікції, між усною оповіддю або кіноісторією, з одного боку, та автором, машинерією публікацій і реципієнтом, – з іншої, нівелюється завдяки постійному перетинанню цієї межі. Одна сторона копіюється в іншій, і це створює можливості комунікації, основа якої полягає у спільній штучності досвіду. Виникають надзвичайно заплутані поєднання реальної і фіктивної

¹⁰ «Читання романів, крім деяких інших душевних розладів, має своїм наслідком і те, що розвага стає звичною справою», зазначав Іммануїл Кант (*Anthropologie in pragmatischer Hinsicht*, § 45). Згідно з Кантом ця розвага настає всупереч систематичній викладу, тобто, всупереч його внутрішній правдоподібності, завдяки тому, що читач під час читання може «відхилитися» – ймовірно у тих напрямках, які дозволяють йому робити висновки про власну життєву ситуацію.

¹¹ Пор. із попередженнями Жака дю Боска: du Bosq, Jacques. *L'honneste Femme*. – Rouen, 1639. – Р. 17, або більш критичний трактат: Huet, Pierre Daniel. *Traité de l'origine des romans*. – Paris, 1670. Втім, ці позиції стосуються роду літератури, який тоді мав назву «романсу» і суттєво відрізнявся від того, що починаючи з XVIII століття називається романом, – не в останню чергу завдяки ідеалізації героїв і ситуаціям, які відповідали умовам «прикрашеності» та «правдоподібності». Сучасний роман діє набагато сильніше, хоча і більш опосередковано, та звабливіше.

¹² Це часто зображається – часто з негативними конотаціями – як життя «з другої руки», як знання на основі вторинного досвіду. Втім, це – стара тема. Див., наприклад: Lippmann, Walter. *Public Opinion*. – New York, 1992. До цього ж належить і неможливість розрізнити власний і набутий досвід. Але оскільки, у будь-якому випадку, неможливо уявити знання поза комунікацією, це ціннісне судження саме потребує аналізу. Як же за допомогою саме цього розрізнення не-автентичне/автентичне спостерігати впливи мас-медіа, не помічаючи, що бажання переживати автентично, із самого себе, зі свого боку є бажанням, навіяним саме цим розрізненням?

реальності,¹³ які, втім, рефлектуються як розвага, сприймаються як епізод і залишаються без наслідків. Чим більшу роль при цьому грає «сприйняте», тобто телебачення, тим більше комунікація спирається на імпліцитне знання, яке взагалі не можна передати засобами комунікації. Якщо Просвітництво ще виходило з того, що спільність полягає у комунікативному інтересі розуму, а трансцендентальна теорія навіть стверджувала, що самореференція дозволяє генералізацію до всезагального апіорі суб'єктності,¹⁴ то сьогодні носієм комунікації може бути наочне знання (*Anschauungswissen*), яке вже не можна контролювати і спільність якого породжується мас-медіа і направляється їх модою. Привернення і утримання у бадьорому стані (недостатньої) уваги учасників завдяки тому, що їм пропонується робити висновки про їх власне життя, так би мовити, формувати переживання на кшталт «так воно і є», – може стати прямо-таки програмною позицією індустрії розваг. До індивідуальності власної самосвідомості окремих осіб тоді намагаються наблизитися через диверсифікацію програм.

Те, що ці три програмні області – новини/репортажі, рекламу і розваги – мас-медіа реалізують одночасно за допомогою дуже відмінних способів конструювання реальності, ускладнює розпізнання сукупного цілісного ефекту, обумовленого системою мас-медіа. Їх найважливішою спільною рисою, можливо, є те, що в процесі вироблення інформації мас-медіа одночасно відкривають горизонт самотвореної невизначеності, який необхідно обслуговувати все новими і новими інформаціями. Мас-медіа підвищують збуджуваність суспільства, і ти самим – його здатність переробляти інформацію.¹⁵ Або точніше: вони посилюють комплексність смислових

¹³ Таким є досить розповсюджене сьогодні розуміння. Див.: Baudrillard, Jean. *Die Agonie des Realen*. – Berlin, 1983. Або: Kubaczek, Martin. *Zur Entwicklung der Imaginationsmaschinen: Der Text als virtuelle Realität // Faultline*. – 1992. – № 1. – S. 83-102.

¹⁴ До речі, це – явний парадокс, який, втім, за часів Канта міг залишатися прихованим: поняття самореференції суперечить можливості генералізації в перспективі самореференціальної системи. Цієї суперечності не виникає, якщо генералізація є темою для зовнішнього спостерігача.

¹⁵ Для порівняння: у безписемних родових суспільствах комунікація ймовірно слугувала, насамперед, постійному тестуванню солідарності, тобто документуванню родової приналежності, доброї волі, миролюбності. Головний момент полягає у самохарактеризації того, хто повідомляє (і саме тому, що це не стає змістом повідомлення, «текстом»). Той, хто мовчить, викликає підозри, справляє небезпечне враження – так, начебто він замислив щось лихе і не хоче про це говорити. Дивіться також текст і примітку 9 у третій главі.

зв'язків, в яких суспільство піддається збудженню з боку самовироблених відмінностей. Адже збуджуваність породжується або горизонтом очікувань, який виробляє очікування нормальності, які, втім, у конкретному випадку можуть перериватися випадковостями, інцидентами і катастрофами; або вона породжується зонами невизначеності,¹⁶ які відтворюються як такі, що постійно потребують заповнення. В обох випадках йдеться про аутопоїзис – про відтворення комунікації на основі її результатів.

У такого (як і будь-якого іншого) аутопоїзису немає ні мети, ні природного завершення. Навпаки, інформативні комунікації це аутопоїетичні елементи, що слугують відтворенню саме таких елементів. З кожною операцією репродукуються дисконтинуальність, здивування, приємне або неприємне розчарування; і ті структури, які відтворюються в цьому процесі та прив'язують його до знайомого і повторюваного (інакше інформації не розпізнавалися б як відмінності), разом з цим слугують його відтворенню і у своїх смислових змістах орієнтовані на це. Так, час стає домінуючим смисловим виміром, і в цьому вимірі розрізнення майбутнього і минулого виявляється саме тим первісним розрізненням *до/після*, яке визначає час. Те, що зв'язує минуле і майбутнє, є просто штучно організована хронометрія, а не щось, що за своєю природною сутністю було б необхідним або неможливим. Теперішній час, цей диференціал обох часових горизонтів, який сам по собі не є ні майбутнім, ні минулим, стає місцем, де фіксуються інформації та ухвалюються рішення. Але теперішній час в собі самому є лише точкою перелому або лише позицією спостерігача, який розрізняє майбутнє і минуле. Він зовсім не присутній у часі. Можна було б припустити, що він переймає парадоксальність часу, який таким не є, від того, що до модерну мислилось як вічність, як всюдиприсутність Бога, який спостерігає всі епохи одночасно. Тому можна не дивуватись, що така моралізація часу справляє зворотній вплив на саму комунікацію, насамперед у двохкопійній формі страхів і претензій.

Можна виходити з того, що знання людей про суспільство, а отже, і про світ, і тим паче про те, що можна передати через комунікацію з метою розуміння, виникають саме таким чином. Проте з тематичного погляду ми встановили ще не занадто багато – хіба лише те, що будь-яке встановлення викликає підозру у бажанні сказати занадто багато. Тут було б недостатньо

¹⁶ Вислів Романа Інгардена: Ingarden, Roman. *Das literarische Kunstwerk* (1931). – Tübingen, 1972. – S. 261.

заяви про універсальну підозру в ідеологічності,¹⁷ бо і всі науково підкріплені положення, як тільки вони починають претендувати на твердження про буття, наражаються на таку ж підозру. Втім, можна, мабуть, вести мову про певну генеральну адаптацію модусу спостереження другого порядку. Ми дешифруємо все, що нам повідомляється, орієнтуючись на того, хто повідомляє. При цьому сфера новин і репортажів швидше зваблює до підозр у вмотивованості (які, втім, не набирають якоїсь певної форми), а сфера розваг, навпаки – швидше до спостереження у модусі другого порядку, до спостереження власного спостереження. Як світ, так і індивідуальність, і в цьому випадку, ще сприймаються як конкретна сукупність ознак, – проте завжди так, що доводиться домислювати певного спостерігача, який підтвердить, що так воно і є. ▬

При цьому більше не йдеться про стару онтологічну дуальність буття і видимості, яка в принципі замислювалась як така, що дозволяє онтологічне розв'язання, або – у вигляді релігії – вказувала на прихованого бога. Але йдеться про розуміння реальності, яке припускає її існування у двохсторонній формі зі сторонами «що» і «як», – того «що спостерігається», і того, «як спостерігається». І це точно відповідає спостереженню комунікації у розрізі відмінності між інформацією і повідомленням. Лише коли ця відмінність покладена в основу, можна щось зрозуміти; а саме «зрозуміти» у сенсі нескінчених можливостей дослідження на стороні інформації або на стороні схем (фреймів) і мотивів того, хто повідомляє.

Звичайно, не варто стверджувати, що кожен учасник комунікації за допомогою мас медіа рефлексивно усвідомлює, що саме так він і переживає. Але йдеться і не про резервацію для «освічених прошарків». Будь-яке емпіричне дослідження може констатувати ступінь переробки цього дворівневого характеру знання, а найбільш доступна форма подразнення може набувати вигляду недовіри. Що б не створювала собі душа (Psyche) з цієї форми подразнення – це залишається її власною справою; і ця обставина є складовою такої картини, що для цього не існує якогось правила, яке відразу не взяло б на себе той самий тягар недовіри. Обмежувальний вплив за таких обставин можуть справляти лише умови комунікації. Лише невелика частка того, що відбувається у свідомості, може виступати подразником для комунікації. Це визначає все ще можливі форми інтимності – оте відчуття-власної-самотності (Sichalleinegelassenfühlen) саме в тих умовах,

¹⁷ Скажімо, в розумінні Карла Мангайма: Mannheim, Karl. *Ideologie und Utopie*. – Frankfurt, 1952.

які обіцяють протилежне. Проте і це тисячократно рефлектується¹⁸ в системі мас-медіа, і тим самим стає знанням, яким ми зобов'язані читанню і кіно.

Реальність мас-медіа – це реальність спостереження другого порядку. Вона заміщує собою ті орієнтири знання (Wissensvorgabe), які в інших суспільних формаціях формувалися виділеними позиціями спостереження: завдяки мудрецам, священикам, аристократам, місту, релігії або політично чи етично позначеним формам життя. Відмінність [сучасності] є настільки кричущим, що не можна говорити ані про занепад, ані про прогрес. Модусом рефлексії, і в наш час, залишається лише спостереження другого порядку, а саме, спостереження того, як суспільство, що передає своє самоспостереження функціональній системі мас-медіа, приймає саме такий спосіб спостереження у модусі спостереження спостерігачів.

Результати цього аналізу можна узагальнити під поняттям *культури*. Це поняття з часу свого виникнення наприкінці XVIII століття об'єднує в собі рефлексивні і порівняльні компоненти. Культура знає про саму себе у найдрібніших деталях і заявляє про себе, що вона культура. Вона утворює власні історично або національно обумовлені порівняльні розрізнення: раніше – демонструючи перевагу власної культури у порівнянні з іншими, сьогодні – швидше у відкритому, невимушеному визнанні різноманітності культур. Адже саме завдяки такому різноманіттю можна так само спокійно продовжувати дотримуватися власної культури. Модна нині опція *cultural diversity*¹⁹ одночасно легітимує консервативне базове налаштування до власної культури і чисто туристичне ставлення до інших.

Саме в цьому сенсі – як перетворення всіх і вся у знак для неї самої – культура є продуктом і одночасно алібі мас-медіа. Правда, переважно можна почути протилежну тезу про те, що система мас-медіа і, в союзі з нею, туризм начебто руйнують автентичну культуру. Проте це лише інверсія реальності, чисто виправдувальне твердження, або і риторика, яка закликає до (марного) пошуку автентичного досвіду і через мас-медіа доповнює інформацію про туризм, відвідування музеїв, іноземні танцювальні ансамблі

¹⁸ Дивіться роман Петера Снайдера (Schneider, Peter. Paarungen. – Berlin, 1992), який фокусує місце оповіді – пивничку – яке забезпечує постійне переривання оповідей, в яких хочуть розповісти про щось, що зі свого боку переривається, а саме, про кохання.

¹⁹ Культурне розмаїття (англ.) – Прим. пер.

і тому подібне. Втім, такі доповнення (Supplemente) зі свого боку ведуть лише в культурно-усвідомлені, тобто інсценовані світи.²⁰ Маркування відмінності між тим, що нам відомо з мас-медіа, і тим, що ми дійсно побачили (і сфотографували) у певному місці, тобто відмінність між телетуризмом і реальним туризмом сама є продуктом мас-медіа, який затемнює роль мас-медіа як піддвунтя культури. Дивний вираз «sight seeing» (букв.: «мачення місць») був запроваджений одночасно з появою фотографії і ротаційного друку. Без репродукції не було б оригіналів, без мас-медіа культуру не можна було б розпізнати як таку. І те, що ця рефлексивна культура, яка усвідомлює себе саму як культуру, одночасно породжує її протилежну понятійність «справжності», «ідентичності» («Eigentlichkeit»), «спонтанності», тощо лише підтверджує те, що тут йдеться про універсальний феномен, який вклучає в себе самореференцію.

Варто ще додати, що цим ми жодною мірою не стверджуємо, начебто культура у формі знаку перетворилася на товар. Подібні тези призводять до змішання системних референцій. Цілком природно, що необхідно платити за газети та відвідування кінотеатру, за туризм та огляд визначних місць.²¹ Але у цьому відношенні ця операційна область залишається ринком, частиною економічної системи. Як такий він відрізняється від інших ринків, інших послуг, інших продуктів. Відповідні переживання і комунікації стають культурою лише завдяки тому, що вони пропонуються у вигляді знаків культури, і саме це бере свій початок в інституціоналізації спостереження другого порядку в системі мас-медіа.

Своїм нескінченим дописуванням конструкцій реальності мас-медіа підривають все ще пануюче уявлення про свободу. Свободу – як і в природному праві – все ще розуміють як відсутність примусу. Як ліберальні, так і соціалістичні ідеології використовували це поняття свободи, сперечаючись лише навколо джерела примусу – правової держави чи капіталістичного суспільства. Суспільна «невинність» мас-медіа, їх нешкідливість ґрунтується на тому, що вони нікого не примушують. Це стосуються всіх програмних областей, а передусім – реклами. Але насправді свобода спирається

²⁰ Про туризм дивіться, напр.: MacCannel, Dean. *The Tourist*. – New York, 1976. Порівняйте з роботою того ж автора: *Staged Authenticity: Arrangement of Social Space in Tourist Settings* // *American Journal of Sociology*. – 1973. – № 79. – S. 589-603.

²¹ Коли під час відвідування паломницької церкви Рокамадур я мусів вдруге заплатити за прохід через другу браму, сторож, побачивши моє здивування, сказав: «Вже сотні років тут нема нічого задарма!»

ся на когнітивні умови спостереження і описання альтернатив з відкритим таким що ґрунтується на рішеннях, а саме тому невідомим майбутнім. Відкритість для інших можливостей вбудована як конструкція в цей – сам по собі детермінований світовий процес (що означає лише те, що він такий, який він є). Психічні і соціальні системи самі створюють здатність до вибору. Але це передбачає наявність рекурсивно стабілізованої мережі надлишкових можливостей, тобто пам'яті. Ми знаємо, що літати можна лише на літаках, а не, приміром, на чарівних килимах. Тому запропоновані мас-медіа конструкції реальності справляють радикальний вплив на те, що в суспільстві може спостерігатися як свобода, і тим самим передовсім на питання про те, як у суспільстві розподілені шанси персонально приписуваних дій. Якщо свобода все ще визначається як відсутність примусу, то ця функція мас-медіа, що конститує свободу, залишається латентною, вона, принаймні, не обговорюється. Можна лише припустити, що мас-медіа призводять до переоцінки свободи інших, в той час як кожному окремо надто добре відомі когнітивні межі власного простору свободи. І це розбалансування атрибуцій свободи у суспільстві, яке неосяжно розширило рамки прийняття рішень на всіх рівнях і створило відповідні невизначеності, може спричинитися до набагато важливіших наслідків, ніж питання про те, кого конкретно примушують до певних дій або до утримання від них.

Глава XII.

РЕАЛЬНІСТЬ КОНСТРУКЦІЇ

Будь-яка конструктивістська теорія, в тому числі і ця, стикається із запереченням, що вона не відповідає реальності. В традиційній схемі людських здібностей пізнання відрізняли від волі і лише за волею визнавали свободу самовизначення (сваволя). На противагу цьому, пізнання наче стикається з опором реальності і не може вибудовуватися довільно, не втративши при цьому своєї функції. Проте, цей розподіл праці зазнає невдачі вже тому, що з емпіричного погляду довільності взагалі не існує; як і тому, що самодетермінація (автономія) можлива лише в системі, яка сама себе відрізняє від зовнішнього світу, дозволяє йому якщо не детермінувати себе, то, принаймні, подразнювати. Але тим самим стає ще більш нагальним питання про те, як же необхідно розуміти опір, який реальність чинить як пізнанню, так і волі. Якщо ми захотіли б відмовитися від концепції опору як індикатора реальності, тоді довелося б відмовитися і від поняття реальності або, пориваючи з традицією, розробити абсолютно інакшу концепцію реальності.

Втім, в цьому немає необхідності. Вже Гегель розглядав цю проблему в главі «Чуттєва достовірність» своєї «Феноменології духу»¹, але він ще й вважав, що цю проблему можна вирішити завдяки всесиллю духа (*Superpotenz des Geistes*). Від цього [всесилля] залишилась лише рухливість (*Verschiebbarkeit, différance*) всіх розрізнень, а отже можливість деконструювання всіх конструкцій. В цей самий час лінгвістика пропонує, зі свого боку, достатньо адаптоване поняття реальності, яке ми можемо, *mutatis mutandis* [з лат. за

¹ Причому, саме стосовно використаних для позначення розрізнень: «Вказане Тут, на якому я затримуюсь, є так само одне з цих Тут, яке насправді є не це Тут, а певне Попереду і Позаду, певне Вгорі і Внизу, певне Праворуч і Ліворуч. ... Це Тут, на яке треба вказати, зникає в інших Тут, але і вони також зникають», цитується за виданням під редакцією Йоганеса Гoffмайстера (*Hoffmeister, Johannes. Phaenomenologie des Geistes. – Leipzig, 1937. – S. 86.*)

певних змін – прим. ред.], перенести в теорію суспільної комунікації і тим самим в теорію мас-медіа. Якщо говорити стисло, воно звучить так: опір мові може чинитися лише за допомогою самої мови, отже, якщо йдеться про мову, то вона сама породжує свої індикатори реальності.² Нічого іншого ми і не формулювали за допомогою поняття власних значень. Теж саме було б чинне і стосовно станів уваги в системах свідомості або стосовно нейрофізіологічного способу функціонування мозку. Всі оперативні замкнені системи повинні породжувати свої індикатори реальності на рівні їх власних операцій; у них немає іншої можливості. Всередині ж [системи] може виникати опір – як проблема несуперечливості, яка, приміром, інтерпретується як пам'ять, хоча вона завжди проявляється моментально і потребує постійної актуалізації.

Чим більше (еволюційно-неймовірних) передумов вимагається для оперативного замикання системи, тим вибагливіші і більш специфічні тести на реальність доведеться їй витримувати. В особливо яскравій формі це виявляється у сучасній науці. Такою ж мірою це стосується і системи мас-медіа. Ми вже ідентифікували використовуваний тут механізм. Він полягає у тому, що думки про стани і події у свою чергу розглядаються як події. Завдяки цьому система сама собі постачає свіжу кров, і робить це у спосіб, який точно узгоджується з кодом і типом системних операцій. Таким чином, система може сама чинити опір власним звичкам. Вона може продукувати «трансформацію цінностей», надавати перевагу думкам меншості, які нав'язуються і самі по собі, можливо, насамперед тому, що вони виявляються у скандальній, конфліктній, девіантній формі, породжуючи тим самим «спіраль мовчанки», яку описала Елізабет Ньолле-Нойман.³ Таким чином, в окремих випадках існує дуже багато можливостей, проте всі вони зводяться до того, що мас-медіа чинять опір самим собі.

Інша можливість тестування мас-медійних конструкцій полягає в емпіричному соціальному дослідженні. Всупереч широко розповсюдженим припущенням, сенс цього дослідження полягає не стільки в центральній сфері

наукових пошуків, тобто у верифікації і фальсифікації теорій⁴, стільки на-
впаки – у залученні даних як підстав для політичних і економічних рішень,
або ж в корекції стереотипів, які розвинулись і закріпились завдяки нови-
нам і репортажам мас-медіа, – скажімо, про розчарування (*Demotivierung*)
та тенденції «маргіналізації» («*Aussteiger*»-*Tendenzen*) у молодіжних колах
наприкінці 1960-х років або про масштаби невдоволення серед населення
нових федеральних земель Німеччини. В такому ж сенсі варто розглядати
прагнення зримо представити довготермінові зміни (або лише коливання),
які вислизують з уваги мас-медіа. В цьому полягають особливі досягнення
Інституту демоскопії в місті Алленсбах, розвитком яких, як відомо, не ба-
жає обтяжувати себе жоден німецький університет. Навіть якщо належним
чином оцінити незалежність цих досліджень, своїм впливом вони завдя-
чують лише тому, що їх результати були підхоплені мас-медіа. Зрештою,
в цьому випадку також йдеться про самокорекцію певної оперативно-
замкненої системи.

Отже, і тут знак якості «реальність» може присвоюватися лише в рамках
тієї системи, яка спочатку створює неконсистентності, щоб потім констру-
ювати те, що можна вважати за реальність. Це можуть підтвердити біо-
логічна епістемологія, семіотика, лінгвістика, та й соціологія, – і всі вони
є емпіричними науками (а не науками про дух!). Разом з тим цей радикаль-
ний конструктивізм обмежується розумінням того, що на рівні спосте-
реження першого порядку неможливо провести відмінність між ілюзією і
реальністю, а отже – між реальною і уявною реальністю. (Логіки, напевне,
мусіли би заявити, що на цьому рівні системи не мають достатньо логічних
значень). І хоча цю ілюзію можна розпізнати і зобразити, але її неможли-
во усунути так, щоб вона більше ніколи не виникала. І навіть у спосте-
реженні другого порядку повинна здійснюватись підстановка реальності
для спостерігача, якого воно (спостереження) спостерігає. Врешті може його
вибрати, але неспроможне вигадати. Це пояснюється просто тим, що кожне
спостереження мусить працювати з розрізненням самореференції та іноре-
ференції, і якось заміщати функціональну позицію інореференції. Іншими
словами, спостереження повинне використовувати це розрізнення як свою
сліпу пляму. Адже воно не може бачити (спостерігати, позначати), що це
розрізнення завдячує своїм існуванням парадоксальності re-entry.

⁴ Хіба що у тих випадках, коли самі припущення про кореляції між розподілом
даних (змінних) такого дослідження вдається видати за «теорію».

На відміну від суб'єктно-орієнтованих теорій пізнання, які вже заявляли про недосяжність зовнішнього світу, але зазнали поразки у проблемі множинності суб'єктів, операціональний конструктивізм спирається на рекурсивність власних операцій системи і, відповідно, на пам'ять системи, яка незмінно супроводжує всі операції системи перевітками на консистентність (не співвідносячи їх з певним «суб'єктом», певним автором, певним Я). Якщо прийшли гості і їм наливають віно, не можна раптом вирішити, що бокали начебто непізнавані речі в собі і наявні лише у вигляді суб'єктивного синтезу. Якраз навпаки: якщо є гості і якщо є віно, то потрібні і бокали. Або якщо вам телефонують і особа по той бік супутникового зв'язку починає справляти неприємне враження, йому неможна заявити: «Що Вам, власне треба? Ви всього лише конструкт телефонної розмови!» Такі речі не говорять, оскільки припускається, що комунікація сама здійснює перевірки на несуперечливість, і необхідно оцінювати те, як комунікація реагуватиме на такого штибу незвичні висловлювання.

Щоправда, мислення виявляється слабким місцем в континуумі сприйняття світ, так само як і теорія є слабким місцем континууму комунікації *світ*. Адже на рівні мислення і утворення теорій перевірки консистентності можуть привести до різних результатів. Як нейрофізіологія, так і дослідження мови змушують припускати існування оперативно-замкнених систем, тобто операційного конструктивізму. Але разом з цим треба бачити ще й те, що сприйняття і комунікації залежать від екстерналізацій, і тому виключають інформації, які говорять не на користь існування зовнішнього світу. Жодною мірою не ставиться під сумнів власне аутопойетичне самовідтворення життя і свідомості індивідуальних учасників. Навпаки, воно досягається у своїй самотності лише як довкілля (*Umwelt*) аутопойетичної суспільної системи. «Я» як центральний фантом рекурсивності переживання і дії все ще живиться з тілесності будь-якого сприйняття. Проте воно відчуває себе перенасиченим (*zusätzlich angereichert*) і невпевненим завдяки тому, що воно дізнається в мас-медіа.

Все це стосується і реальності мас-медіа. Тут також операційно неможливо включати селективність оприлюднюваних інформацій в рекурсивність суспільних комунікацій (і це може бути відомо). Ми реагуємо так, як вже цитований нами Горацій: «*Чував таке і я – і трохи вірю*»⁵. Хоча можна

⁵ Гамлет I, 1 – у пер. Л.Гребінки.

засумніватися в певних деталях і кожен може знайти нагоду включитися в комунікацію з особливою думкою. Проте комунікація в суспільній системі не може вийти за рамки перевірок консистентності, тобто виключити рекурсивність. Інакше вона майже повністю втратила б будь-який повсякденно необхідний сенс.

Суперечки навколо конструктивістських когнітивних теорій значно втраять свою гостроту, якщо прояснити комплексність цієї ситуації і відповідно – застосувати до неї певну множинність розрізень. Соціологія, і, переодовсім, теорія суспільства отримують від цього перевагу: вони більше не залежать від догматики класичних теорій пізнання, а навпаки, набувають здатності відслідковувати те, як конструюється реальність і використовувється у вигляді досвіду опору – скрізь, де утворюються аутопойетичні, операційно замкнені системи. Це ж відбувається і в області мас-медіа.

Можливо, найважливіший результат цих міркувань полягає у тому, що хоча мас-медіа і створюють реальність, але ця реальність не потребує консенсу. Вони залишають недоторканою ілюзію когнітивно-доступної реальності. «Радикальний конструктивізм» має рацію зі своєю тезою про те, що жодна когнітивна система – незалежно від того, чи оперує вона як свідомість, чи як система комунікацій – не в стані у своїх операціях досягнути зовнішнього світу. Вона вимушена у своїх спостереженнях дотримуватися своїх власних розрізень і тим самим розрізень розрізнення самореференції та інореференції; і це стосується не тільки самої системи мас-медіа, але й усіх психічних і соціальних систем, для яких вона виступає подразником. Але разом з тим важливим є і те, що жодна когнітивна система не може відмовитися від припущення реальності (*Realitätsannahme*). Адже якби будь-яке пізнання могло здійснюватися як власна конструкція і зводитися до практики розрізнення самореференції та інореференції, то саме це розрізнення виявилось б парадоксальним і знищилося. Тоді інореференція була б лише варіантом самореференції. Завдяки своїй власній амбівалентності уявлення про реальність забезпечує аутопойезис когнітивних операцій. Може йтися про якусь ілюзію або про «принцип реальності» у розумінні психіатрії:⁶ значущим залишається те, що система у своїх когнітивних операціях не постійно, а лише у виняткових випадках змушена розрізняти між зовнішнім світом, яким він є насправді, та зовнішнім світом, яким вона його бачить.

⁶ Спеціальне дослідження про це: Ruesch, Jurgen ; Bateson, Gregory. *Communication: The Social Matrix of Psychiatry*. – New York, 1968. – P. 238.

А які могли би бути винятки? Як видається нині, у сучасному суспільстві, яке забезпечує себе знаннями про світ через мас-медіа, відбулися певні зміни. Відповідно до класичної моделі істинісної раціональності з її логічними та онтологічними передумовами необхідно було турбуватися лише про уникнення помилок. При цьому причини помилки не грали жодної ролі або лише вторинну роль, а саме тоді, коли намагалися уникнути повторення однієї і тієї самої помилки. Виходили з того принципу, що помилку можна було виправити на основі самого її предмету, а рекомендований для цього метод спеціалізувався на нейтралізації впливу індивідуальних особливостей когнітивних систем. В комунікації вбудовувалось піклування про виправлення помилок. Для сучасного постдекартівського і постфрейдистського світу цього вже недостатньо. І хоча когнітивна система, яку зараз називають «суб'єктом», в стані запозичити самопідтвердження у будь-якого пізнання – чи істинного, чи хибного – все ж вона, зрештою, підтверджує цим свій аутопойезис. Але саме це більше не приводить до підтвердження значення реальності в пізнанні. Механізми самокорекції (*Selbstberichtigungsmechanismen*) доповнюються механізмами самозвинувачень (*Selbstbezugsmechanismen*). Це відбувається за допомогою таких понять, як «проекція» або високолабільного розрізнення між нормальним і патологічним. Таке розширення підозри у вмотивованості в тенденції призводить до самопсихіатризації комунікації. Як вже давно визнається, це включає в себе і комунікацію психіатрів та інших терапевтів, які наражаються на небезпеку професійної деформації. Розрізнення між нормою і патологією не говорить чітко, де тут необхідно провести межі. Лабільність цього розрізнення, можливість його переміщення на все нові терени підозр, віддзеркалює саме цю функціонально-необхідну амбівалентність розуміння реальності. І психіатрія не може відмовитися від реальності, яку певною мірою гарантує світ (*Welt*), бо інакше їй довелося б припинити власну діяльність. Іншими словами, психіатрія не готова дійсно визнати, що припускаючи патологію, вона лише прямує за своїми проекціями. Їй доведеться щонайменше припустити, що існують патології болісні і менш болісні.⁷

Отже, вирізнення не потребує консенсусу, індивідуально розкриваного світу могло б бути третім вирішенням цієї проблеми, і саме воно видається

⁷ Про рекомендації щодо пересування на цих непевних теренах див.: Watzlawick, Paul. *Verschreiben statt Verstehen als Technik von Problemlösungen* // Gumbrecht, Hans Ulrich; Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.). *Materialität der Kommunikation*. – Frankfurt, 1988. – С. 272-282.

тим рішенням, яке пропонують і розповсюджують мас-медіа. Треба тільки допустити – і вміти розрізнити – власний вид налаштування на реальність. Варто лише застерегти від того, щоб вважати її загальнозначимою реальністю, реальністю як такою. Треба вміти налаштувати власні комунікаційні акти на цю відмінність. Треба вміти разом з іншими мислити чи комунікувати одночасно на двох рівнях⁸ (і під безособовою формою «тап» тут, як завжди, маються на увазі як психічні, так і соціальні системи). Індивідуалізована в такий спосіб комунікація не зобов'язана ні подавати себе у вигляді помилки або патології, ні відмовлятися від непевного зв'язку з реальністю. Вона може абсолютно мирно комунікувати сама з собою і віддавати на розсуд подальшій комунікації рішення про те, чи звертатися їй швидше до мотивів повідомлення, чи швидше до його тематики.

Якщо цей діагноз є вірним, то стає зрозумілим, чому за цих комунікативних умов розвиваються різного роду фундаменталізми. Можна виступити із заявою: це – мій світ, ми вважаємо правильним ось це. Опір, на який ми при цьому наражаємося, виступає швидше як підсилюючий мотив, він може сприяти радикалізації і не призводить до сумнівів у реальності.⁹ І на відміну від «ентузіазму» старого зразка¹⁰ тут немає необхідності ні покладатися на божественне натхнення, ні наражатися на протилежне твердження про ілюзорність [реальності]. Достатньо сплавити власне бачення реальності з власною ідентичністю та ствердити її як проекцію. Адже реальність і без цього вже не потребує консенсусу.

⁸ У цьому спеціальному сенсі, як відомо, ще й сьогодні теорія систем говорить про комунікативні парадокси як наслідок не-розрізнення логічних «рівнів», які, власне, треба було б розрізнити. Див.: Ruesch/Bateson a.a.O. S. 222, і в доповнення до цього – системно-терапевтичні школи Пало Альто і Мілану.

⁹ Те, що фундаменталізми є новим явищем останніх десятиліть і що мова йде не про «глибоко вкоріненні» традиційні відчуття, а про успіхи переконання з боку інтелектуалів, серед яких можна передбачити наявність проблеми ідентифікації, – вже не піддається сумніву в сучасній соціологічній літературі. Як мотив спонукання, так і успіх могли б підтвердити зв'язок зі способом впливу мас-медіа, який стверджується у тексті.

¹⁰ Про це див.: Susie I. Tucker, *Enthusiasm: A Study in Semantic Change*, Cambridge England 1972.

Глава XIII.

ФУНКЦІЯ МАС-МЕДІА

Якщо з цього аналізу виводити суспільну функцію мас-медіа, то необхідно спочатку повернутися до засадничого розрізнення, а саме, до розрізнення операції і спостереження. Операція – це фактичне здійснення подій, відтворення яких втілює аутопойезис системи, що означає: відтворення відмінності між системою і зовнішнім світом. В спостереженнях використовуються розрізнення для того, щоб позначити щось певне (і нічого іншого). Природно, і спостереження являє собою операцію (інакше воно не могло б здійснюватися), але операцію висококомплексну, яка за допомогою розрізнення відділяє те, що вона спостерігає, від того, що вона не спостерігає; а те, що вона не спостерігає, теж неодмінно є операцією самого спостереження. У цьому сенсі операція спостереження є її власною сліпою плямою, яка взагалі уможливило розрізнення і позначення чогось конкретного.¹

Ми потребуємо розрізнення операції і спостереження для того, щоб в рамках теорії суспільства перевірити одне твердження, яке набирає поширення в біологічній теорії еволюції. Йдеться про положення щодо пристосування живих істот до їх зовнішнього світу *не можна вивести з когнітивних здібностей та досягнень* і, що для існування системи, яка може розвивати когнітивні здібності, вже повинні бути гарантованими життєздатність і необхідна для цього пристосовність.² Звичайно, на початку це не доводить того, що і у випадку соціальних систем все має виглядати подібним чином.

Проте, якщо більш ґлибоко подивитися на проблему, то можна швидко зрозуміти: якщо пристосування до зовнішнього світу повинне було б здійснюватися виключно через пізнання, то це мало б призводити до нерозв'язного самоперенапруження будь-якої системи. З цим неминуче треба рахуватися вже з тієї причини, що з огляду на комплексність зовнішнього світу системі, за словами Ешбі, бракує [власної] «необхідної різноманітності» («requisitive variety»). За допомогою поняття спостереження реєструється і той факт, що світ завжди недоступний для спостереження, не говорячи вже про його пізнання, адже будь-яке спостереження за допомогою «уявної мітки» (unwritten cross) породжує «непозначений простір» (unmarked space), який воно спостерігає.³ Неможливо побачити, як свідомість або базовані на комунікації соціальні системи могли би вирватися із цієї невідповідності системи і зовнішнього світу. Питання полягає лише в тому, яку частку посідає пізнання, співвіднесене із зовнішнім світом, у формуванні еволюційних шансів певного виду систем. Проте, спочатку необхідно забезпечити толерування аутопойезису системи зовнішнім світом. Отже, у випадку соціальної системи суспільства, насамперед, необхідно потурбуватися про те, щоб комунікація приєднувалася до комунікації і щоб перехід від однієї комунікації до наступної не вимагав би контролю всіх необхідних умов у зовнішньому світі, наприклад, не вимагав обговорення в комунікації того, чи ще живі її учасники. За таких умов пізнання, насамперед, є *внутрішньо орієнтованим*. Перш за все, необхідно забезпечити, щоб одна комунікація пасувала до іншої.⁴ Тобто йдеться про задовільність поведінки, – а зовсім не про те, чи задовольняє повітря умовам для передачі звуку від одного організму до іншого. Якщо несподіваним чином умови не будуть задовольнятися, то цей факт реєструється як перешкода і (знову ж таки, засобами комунікації) шукається вихід.

Це виводить нас на принципове питання про те, як повинна формуватися комунікація, щоб вона могла не тільки відтворювати саму себе, але й перебирати когнітивні функції і виділяти репродуктивну (або інформаційну) компоненту. Відповідь звучить: комунікація взагалі можлива лише завдяки тому, що вона через самоспостереження (через розуміння) в стані розрізня-

³ У термінології Джорджа Спенсера Брауна (Op. cit., S. 7, 5).

⁴ Про переваги цифрового, частотного, такого, що спирається на спроможності передачі («transmission capacity») способу функціонування на тлі величезного обсягу інформації див.: Ashby, W. Ross. Systems and their Informational Measures // Klir, George J. (Ed.). Trends in General Systems Theory. – New York, 1972. – P. 78-97.

ти повідомлення і інформацію. Без такого розрізнення комунікація зазнала б провалу, а учасники потрапили б в залежність від сприйняття того, що вони могли б описувати всього лише як поведінку.⁵ Різниця між повідомленням та інформацією якраз і відповідає саме цій вимозі: перехід від комунікації до комунікації не повинен залежати від того, чи повна ця інформація і чи відповідає вона дійсності. І лише завдяки існуванню цієї первинної конститутивної відмінності комунікація спроможна бінарно кодувати саму себе (наприклад, стосовно прийнятного/неприйнятного, адекватного/неадекватного) і в такий спосіб зондувати зовнішній світ за допомогою розрізнення, стосовно якого у самому зовнішньому світі не існує жодного кореляту. Без такого, вмонтованого у власні операції, розрізнення система не змогла б конституювати впізнавані ідентичності і розвивати пам'ять. Вона не могла б і еволюціонувати, вибудовувати свою власну комплексність, позитивно/негативно тестувати можливості структурування і при цьому незмінно використовувати мінімальні умови для продовження власного аутопойезису.⁶ Суспільство, яким ми його знаємо, було б неможливим.

З подібних причин до розуміння комунікації не можна висувати занадто високих вимог. Щоправда, претензії можна висувати як загодно високі, проте у цьому випадку вони потребують особливого високодиференційованого дискурсу. Зазвичай, і амбівалентності, і непорозуміння також використовуються в комунікації, але до тих пір, поки вони її не заблокують. Адже розуміння практично завжди є нерозумінням без розуміння цього «не».

Від цих загальних системно-теоретичних і суспільно-теоретичних міркувань [треба здійснити] великий стрибок до мас-медіа сучасного суспільства. Відповідно до всього вищесказаного, функція мас-медіа полягає у керуванні самоспостереженням суспільної системи,⁷ – при цьому мається на увазі не якийсь один специфічний об'єкт серед інших, а певний спосіб розділення світу на систему (а саме – суспільство) і зовнішній світ. Йдеться про універсальне, а не об'єктно-специфічне спостереження. В іншому

⁵ Про це більш детально див.: Luhmann, Niklas. *Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie*. – Frankfurt, 1984. – S. 191.

⁶ Втім, це стосується – в абсолютно інший спосіб – і живих організмів, найелементарніші екземпляри яких (однóклітинні) спроможні здійснювати когнітивну діяльність виключно через бінарні схематизації (за які відповідають субпроцеси системи, а не система в цілому) і повинні проводити вимірювання, для яких у зовнішньому світі не існує жодних відповідників.

⁷ Про це див.: Marcinkowski, op. cit., S. 113.

зв'язку ми вже говорили про функцію системної пам'яті, яка для усіх інших комунікацій забезпечує фонову реальність, що її знову і знову імпрегнують мас-медіа. Йдеться про спостереження, яке саме породжує умови свого власного уможливлення і в цьому розумінні здійснюється аутопойетично. Адже невизначеність, так само як і розрізнення, які використовуються для спостереження, є продуктами системи, а не наперед заданими атрибутами світу або онтологічно (чи трансцедентально) розпізнаваними елементами конструкції («категоріями») єдності світу. Це також означає і те, що поштовх для подальшої комунікації відтворюється у самій системі, і його не можна пояснити з погляду антропології, скажімо, як прагнення знань.

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. В суспільстві мас-медіа реалізують саме таку дуальну структуру відтворення і інформування, дуальну структуру продовження завжди вже адаптованого аутопойезису і когнітивної готовності до подразнення [Irritationsbereitschaft]. Те, що вони надають перевагу інформації, яка завдяки оприлюдненню втрачає свою цінність неочікуваності, тобто постійно трансформується в неінформацію, чітко показує, що функція мас-медіа полягає у безперервному породженні і переробці подразнень, – а не в примноженні пізнання, соціалізації або вихованні нормативного конформізму. Як фактичний результат цієї циркулярної тривалої діяльності з продукування та інтерпретації подразнень завдяки пов'язаній з певним моментом часу інформації (тобто як відмінність, яка породжує відмінність) виникають описи світу і суспільства, на які орієнтується сучасне суспільство всередині та за межами системи своїх мас-медіа.

Звичайно ж, немає підстав припускати, що подразнення трапляються лише в системі мас-медіа, і відсутні, скажімо, в шлюбі, шкільній освіті та в інших інтеракціях; так само як влада притаманна не лише політичній системі, а нормативне регулювання не обмежується системою права, а істина – однією лише наукою. Подразливість є найбільш загальною структурною прикметою аутопойетичних систем, яка у сучасних описах займає місце, що раніше відводилося природі і сутності речей, яку фіксували як природу⁸. Подразливість впливає з того, що система має єдину пам'ять, заді-

⁸ Порівняйте з поглядами Жана-Баптиста П'єра Антуана де Моне де Ламарка (de Lamarck, Jean-Baptiste Pierre Antoine de Monet. Philosophie zoologique. – Weinheim, 1960. – Bd. I. – S. 82 ff.).

яну в усіх операціях, і тому може виявляти і компенсувати протиріччя, а отже – породжувати реальність. Це вказує на рекурсивний конститутивний зв'язок пам'яті, подразливості, обробки інформації, конструювання реальності і пам'яті. Виокремлення спеціалізованої на цьому функціональної системи слугує посиленню спеціалізованого на цьому способу комунікації і одночасно – його нормалізації. Лише від мас-медіа ми щоденно очікуємо цього особливого досягнення, і лише так можна організувати сучасне суспільство в його повсякденній комунікативній течії, такий же ендогенно-неспокійний, як мозок, і тим самим завадити його надмірній прив'язаності до усталених структур.

На відміну від функціональної системи мас-медіа, наука може спеціалізуватися на когнітивних здобутках, тобто на навчальних процесах у суспільстві, в той час як правова система опікується упорядкуванням нормативних, контрафактичних і тому важко поєднаних з навчанням очікувань. Проте, диференціація когнітивного/нормативного на науку і право ніколи не зможе розподілити всередині себе і, тим самим, задовольнити всю орієнтаційну потребу суспільної комунікації. У нормальному випадку комунікація не орієнтується ні на науку, ні на право. Але у сучасному світовому суспільстві вона не може обмежуватися лише локальним повсякденним знанням, що розповсюджується лише серед найближчого оточення. Тому функція мас-медіа, як видається, полягає у тому, щоб задовольнити цю потребу, яка не допускає ні когнітивної, ні нормативної специфікації. Мас-медіа гарантують усім функціональним системам таку сьогочасність, яка прийнята для всього суспільства і відома індивідам; з неї можна виходити, коли йдеться про селекцію певного системно-специфічного минулого та при визначенні важливих для системи очікувань майбутнього. В залежності від власних потреб інші системи можуть потім налаштовуватися на зв'язок з минулим своїх механізмів передбачень: наприклад, економіка орієнтується на новинки фірм-виробників або ринку, і на цій основі встановлює власні зв'язки між своїм минулим і своїм майбутнім.

Ще Парсонз помітив особливий внесок мас-медіа в «акти взаємообміну» сучасного суспільства, у зростання ступенів свободи комунікації – за аналогією з функцією грошей в економіці.⁹ Цей діагноз можна застосовувати більш широко, якщо додатково взяти до уваги зростання подразнюваності

суспільства і рекурсивне мережування масмедійної комунікації з повсякденною комунікацією в інтеракціях та організаціях суспільства. З одного боку, мас-медіа абсорбують (saugen an) комунікацію, з іншого – стимулюють комунікацію, яка відбувається в подальшому.¹⁰ Отже, вони безперервно застосовують нову комунікацію до результатів попередньої. В цьому сенсі вони відповідають за продукування «власних значень» сучасного суспільства – саме тих відносно стабільних орієнтацій в когнітивній, нормативній та оціночній (evaluativen) сфері, які не можуть задаватися із-зовні, а виникають завдяки тому, що операції рекурсивно застосовуються до своїх власних результатів.¹¹

Мабуть, якась вікова традиція вводила нас в оману, і як наслідок – мас-медіа постають у невідгданому світі. Ця традиція стверджувала, що стабільність суспільної системи базується на *консенсусі*: якщо не на експліцитно/імпліцитно укладеному соціальному договорі і вже не на релігії, заснованій на спільній вірі, то все-таки на консенсусно-визнаних фонових переконаннях, як вони позначені Юргеном Габермасом в його понятті життєвого світу. Але, якщо б це було так, то мас-медіа стали б фактором дестабілізації і доклали усіх зусиль до того, щоб зруйнувати ці передумови і замінити їх чимось, що французи, можливо, назвали б символічним насильством.

Насправді ж стабільність (= репродуктивна здатність) суспільства ґрунтується, насамперед, на продукуванні *об'єктів*, з наявності яких можна виходити у подальшій комунікації.¹² Було б занадто ризикованим спиратися переважно на договори або нормативно обумовлені вимоги консенсусу. Об'єкти виникають з рекурсивного функціонування комунікації – *без забо-*

¹⁰ Тому ми ще раз повертаємося до вже сказаного: оперативне замкнення системи потребує особливого кодування. Якщо ми будемо враховувати лише комунікацію як таку, то діяльність мас-медіа видавалась би лише механізмом підтримки аутопойсезису суспільства, тобто становила б собою лише внесок у диференціацію суспільної системи.

¹¹ Див.: Foerster, Heinz von. Objects: Tokens for (Eigen-)Behaviors, in: Observing Systems. – Seaside, 1981. – P. 274-285. Спеціально про рекурсивність комунікативних операцій дивіться того ж автора: Luhmann, Niklas. Wie rekursiv ist Kommunikation? // Teoria Sociologica. – 1993. – № ½. – S. 66-85. Відповідь Фьорстера на це питання звучить: комунікація – це рекурсивність, – само собою, з математичними наслідками.

¹² Порівняйте з цим протиставленням сильно обмежуюче поняття «квазі-об'єктів» Мішеля Серра: Serres, Michel. Genèse. – Paris, 1982. – P. 146.

рони протилежного перебігу. Вони залишають по собі лише рештки проблем, які зводяться до вирішення питання: прийняти чи відхилити. Факту «існування» таких проблем суспільство завдячує системі мас-медіа, і було б доволі важко уявити, як функціонувало б суспільство комунікативних операцій, яке набагато перевершує горизонти індивідуального досвіду, якби ця неодмінна умова не забезпечувалась *самим процесом комунікації*.

Це лише зайвий раз підтверджує, що комунікація повинна насамперед вирішувати проблему часу, і це особливою мірою стосується мас-медіа, операції яких відбуваються під тиском прискорення. Проблема полягає у тому, як перейти від однієї комунікації до наступної; причому і в тому випадку, коли система суспільства стає висококомплексною і для самої себе непрозорою, щоденно вбираючи в себе у масовому порядку багатоманіття і переводячи його – як фактор подразнення – в інформацію. Це не можна ставити в залежність від гарантованого минулим консенсусу, який потребуватиме операціонального підтвердження. Навпаки: будь-яка експліцитна комунікація щоразу ставить по-новому питання про сприйняття або відхилення, тобто ставить на карту консенсус, чітко усвідомлюючи при цьому, що за наявності незгоди (Dissens) (і саме завдяки їй) можна продовжити комунікацію. За сучасних умов якраз і відбувається вивільнення цього ризику незгоди, цього тестування комунікації через комунікацію. Саме тому комунікація мусить орієнтуватися (entlanggeführt werden) на сконструйовані нею самою об'єкти, які можуть обговорюватись як теми. Адже мас-медіа повинні насамперед породжувати відомість (Bekanntsein) і час від часу так варіювати нею, щоб у приєднуваній комунікації мати можливість ризикнути спровокувати сприйняття або відхилення.

Цей аналіз можна узагальнити в рамках теорії суспільної пам'яті. Система, яка в стані спостерігати породжену її операціями відмінність система/зовнішній світ, для своїх операцій спостереження (або словами Спенсера Брауна: для здійснення повторного введення (re-entry) цієї відмінності в систему) потребує подвійної часової орієнтації, а саме, з одного боку – пам'яті, а з іншого – відкритого майбутнього, яке створює можливість коливання між обома сторонами будь-якого розрізнення.¹³ Проблема, яка в цьому зв'язку постає перед системою суспільства і яка в основному розв'язується завдяки мас-медіа, полягає, відповідно, у наступному: як можуть комбінуватись функція пам'яті і функція осциляції, якщо у розпорядженні є лише

¹³ Про це див.: Spencer Brown a.a.O. (1979), S. 54.

сучасність, тобто – практично немає часу.¹⁴ І це – лише інша форма старого питання про те, як комплексна система здатна одночасно забезпечити і достатню надмірність, і достатню варіативність.

Якщо з самого початку описувати функцію пам'яті з огляду на майбутнє, доведеться відмовитися від психологічно переконливого уявлення, начебто пам'ять лише принагідно здійснює необхідне осучаснення колишніх подій. Навпаки, пам'ять здійснює безупинну дискримінацію забуття і пригадування, яка супроводжує всі спостереження, що будь-коли актуалізуються. Основна функція при цьому полягає у забутті, а пригадується лише щось виняткове. Адже без забуття, без звільнення ресурсів для нових операцій система не мала б майбутнього, не кажучи вже про можливість коливання від однієї сторони тих чи інших використовуваних розрізень до іншої. Іншими словами: пам'ять функціонує як стирання слідів, як пригнічення і як принагідне гальмування (інгібування) пригнічення. Вона щось пригадує (не має значення, на короткий чи довгий час) тоді, коли актуальні операції пропонують привід для повторювання, для «ре-імпрегнації» звільнених потужностей.¹⁵ З цього не випливає, що пам'ять оперує у співвіднесенні із зовнішнім світом, тобто слугує поточній адаптації системи до мінливих станів її зовнішнього світу. Так це може дійсно виглядати з перспективи зовнішнього спостерігача (з власною пам'яттю). Проте в самій системі відбувається – невпинно по-новому реалізована – внутрішня перевірка на консистенцію, причому пам'ять здійснює рекурсії і організує опір системи несподіваним новим підстановкам смислів. І як вже стверджувалось: через опір системних операцій новим системним операціям система породжує реальність.

Мнемонічні досягнення комунікативних систем в цілому та мас-медіа зокрема формуються темами комунікацій. Адже згущується до теми лише

¹⁴ Ця проблема трапляється вже в пророчих формулюваннях ранніх романтиків: «Зазвичай, теперішній час зв'язує минуле і майбутнє через обмеження. Завдяки застиганню, кристалізації виникає тяглість (Kontiguität). Але існує і духовний теперішній час, який і те, і інше ідентифікує через розпад». (Novalis. Werke. Tagebücher und Briefe Friedrich von Hardenbergs, Blütenstaub 109. – Darmstadt, 1987. – Bd. II. – S. 283). Між тим, цю надію, яку покладають на «дух», навряд чи хтось захоче перенести на сферу мас-медіа.

¹⁵ Так стверджує Хайнц Фьорстер: Förster, Heinz. Eine quantenphysikalische Untersuchung. – Wien, 1948. Порівняйте з його ж роботою: Förster, Heinz. What is Memory that it May have Hindsight and Foresight as well // Bogoch, Samuel (Ed.). The Future of the Brain Sciences. – New York, 1969. – P. 19-64.

те, що може організувати певний ланцюжок повідомлень і що відкрите для майбутніх опцій прийняття або відхилення (опцій «так» і «ні»). Теми – це сегменти комунікативних релевантностей, так би мовити «локальні» модулі, які за потреби можна замінити. Отже, вони роблять можливою висококодиференційовану пам'ять, яка здатна витримувати і навіть уможливило стрибкоподібну зміну тематик за збереження можливості повернення до відкладених у даний момент тем.

Всі функціональні системи мають свою специфічну пам'ять; так, наприклад, монетарна економіка має пам'ять, призначену для того, щоб забувати походження тих чи інших сплачених грошових сум для полегшення грошового обігу.¹⁶ Масмедійна пам'ять також функціонує внутрішньо-системно, проте додатково виконує відповідні функції для оточуючої суспільної системи. Вочевидь, це суспільне використання мас-медіа для поточного зв'язування минулого і майбутнього пов'язане з надзвичайно високими вимогами сучасного суспільства до надмірності і варіативності, які – за допомогою розрізнення минулого і майбутнього – повинні підраховуватися в його бухгалтерії часу (*temporal verbuchen*), бо без такого часового, вимірного випрямлення (*dimensionale Streckung*) ця безперервно реконструйована реальність розвалилась би під тягарем власних суперечностей. І це не останній аргумент для пояснення того, що таке досягнення потребує потужних селекторів, які, зі свого боку, повинні отримати захист через відособлення та оперативну замкненість.

¹⁶ Pop.: Baecker, Dirk. *Das Gedächtnis der Wirtschaft, // Theorie als Passion.* – Frankfurt, 1987. – S. 519-546. Щоправда, тут варто додати, що для корекції цього типово економічного економічно необхідного забування в деяких випадках може використовуватись правова система.

Глава XIV.

ПУБЛІЧНІСТЬ

З попередніх міркувань можна зробити певні висновки стосовно напрямку, в якому варто шукати визначення «функцій» мас-медіа. Вони роблять внесок у конструювання суспільної реальності. Сюди ж належить і постійна реактуалізація самоописання суспільства та його когнітивних світових горизонтів, – байдуже, чи у формі консенсусу, чи незгоди (якщо, приміром, йдеться про справжні причини вимирання лісів). Правда, мас-медіа не мають ексклюзивного права на конструювання реальності. Зрештою, будь-яка комунікація – як в тому, що вона підхоплює, так і в тому, що вона віддає на поталу забуттю – сприяє конструюванню реальності. І все ж співучасть мас-медіа є вкрай необхідною, коли йдеться про широке розповсюдження, можливість анонімного і тим самим непередбачуваного сприйняття інформації. І не в останню чергу: якщо йдеться про те, щоб в реакціях на сприйняття інформації породжувати *непрозорість* – як би парадоксально це не звучало. Тому результат дії мас-медіа, а можливо, і їхня функція, полягає, напевне, у відтворенні непрозорості на основі прозорості, у відтворенні *непрозорості дії* на основі *прозорості знання*. Іншими словами, це означає: у відтворенні майбутнього.

Цю на перший погляд парадоксальну тезу, яку можна розв'язати лише шляхом того чи іншого актуального (*gegenwärtige*) розрізнення минулого і майбутнього, можна розглядати і далі, якщо звернутися до розрізнення між системою мас-медіа і публічністю. Для цього необхідно спочатку розглянути поняття «публічності» («*Öffentlichkeit*»), яке досить явно відрізняється від поняття «громадської думки» («*öffentliche Meinung*»).

Видається, що в поняття «публічного» із самого початку був вбудований момент непередбачуваності. У класичному правовому дискурсі поняття «публічний» визначається через поняття доступності для будь-кого, тобто через виключення контролю над доступом. Згідно з цим, друкована продукція і передачі мас-медіа є публічними, оскільки відсутній контроль над

тими, хто їх сприймає. Але, з погляду цієї понятійності – це лише частина сфери публічності. Громадські вбиральні не є ні думками, ні продуктом мас-медіа. У реальному або метафоричному розумінні поняття доступності вказує на простір і дію. Це обмеження можна відкоригувати, якщо переключити увагу з дії на спостереження. Тоді, відповідно до ідеї Дірка Бекера, публічність можна визначити як рефлексію будь-якої внутрішньо-суспільної системної межі;¹ або по-іншому: як внутрішньо-суспільний зовнішній світ підсистем суспільства, тобто всіх інтеракцій і організацій, а також функціональних систем суспільства та соціальних рухів. Перевага такого визначення полягає в тому, що його можна перенести на функціональні системи суспільства. «Ринком» тоді виступав би економічно-внутрішньо-системний зовнішній світ господарських організацій та інтеракцій;² «громадською думкою» – політично-внутрішньо-системний зовнішній світ політичних організацій та інтеракцій.³

Як і раніше, має значення те, що в операціях неможливо перетнути межі системи. Проте, так само важливо і те, що будь-яка спостерігальна система може це рефлектувати. Перебуваючи на внутрішній стороні своєї межі, вона бачить, що повинна бути і зовнішня сторона, адже інакше межа не була б межею. Якщо всередині повторно відтворюється певний досвід подразнень, система може припустити, що у зовнішньому світі існують інші системи, які за це відповідають. Якщо ж, навпаки, система рефлектує те, що її спостерігають із-зовні, хоча поки що невідомо, як і хто, то вона сама себе усвідомлює як таку, що може спостерігатися у медіумі публічності. Це може (але не обов'язково) спричинитися до орієнтації на генералізовані, тобто висловлювані публічно погляди. Функціонально адекватними стратегіями будуть стратегії секретності та лицемірства.

Теми, які групуються навколо втаємничення, симуляції, дисимуляції, лицемірства опрацьовувались в основному у (друкованій!) літературі XVI і XVII століть, і в жодному разі не тільки в політичній теорії під назвою «державний резон» – це може ілюструватися і на прикладі театру, співвід-

¹ Baecker, Dirk. *Oszillierende Öffentlichkeit* // Maresch, Rudolf (Hrsg.). *Mediatisierte Öffentlichkeit*, (в друк).

² Поп.: Luhmann, Niklas. *Die Wirtschaft der Gesellschaft*. – Frankfurt, 1998. – S. 91.

³ Поп.: Luhmann, Niklas. *Die Beobachtung der Beobachter im politischen System: Zur Theorie der öffentlichen Meinung* // Wilke, Jürgen (Hrsg.). *Öffentliche Meinung: Theorie, Methoden, Befunde. Beiträge zu Ehren von Elisabeth Noelle-Neumann*. – Freiburg, 1992. – S. 77-86.

носитися з ринком та з будь-якою соціальною поведінкою.⁴ Проти такого наголошування на необхідності соціального спілкування у XVIII столітті звертається емоційна вимога публічності як засобу реалізації розуму. Проте, в цьому випадку вже йшлося про звужене, швидше конституціоналістське поняття публічності з вимогами свободи думки, свободи преси, скасування цензури, тощо. В основі самої цієї полеміки лежить набагато загальніше поняття публічності, на тлі якої якраз і набували профілю стратегії секретності і лицемірства, а пізніше – зусилля із захисту «приватної сфери». Отже, публічність являє собою всезагальний суспільний медіум рефлексії, який реєструє непереборність меж і, натхнений цим – спостереження спостережень. Ще до появи наприкінці XVIII століття емоційного поняття громадської думки друкована преса вже використовувалася для того, щоб політично амбіційні комунікації могли отримувати публічний резонанс; і щоб завдяки цьому інстанції, які ухвалюють рішення, відчували на собі подвійну дію – спрямованого до них письмового послання та спричиненого ним публічного резонансу. В Англії вже у XVII столітті починають видруковувати петиції до корони і парламенту, хоча форма листа з адресою та шанобливими формулюваннями зберігалась. У XVIII столітті у Франції суди починають здавати у друк спрямовані королю ремонстрації, щоб протиставити громадськості єдино визнану «публічну особу» –

⁴ Пор., напр.: Bacon, Francis. Of Simulation and Dissimulation, Bacon's Essays. – London, 1895. – P. 12-15; Rizo, Juan Pablo Matur. Norte de Principes (1626). – Madrid, 1945. – Kap. XXI. – S. 119-122; Acetto, Torquato. Della dissimulazione onesta (1641) // Croce, Benedetto; Caramella, Santino (Ed.). Politici e moralisti del seicento. – Bari, 1930. – P. 143-173; de Scuderi, Madeleine. Conversations sur divers sujets. – Lyon, 1680. – Bd. 1. – P. 300.

Додаткову літературу див.: Schulz-Buschhaus, Ulrich. Über die Vorstellung und die ersten «Primores» des Héroie von Gracian // Romantische Forschungen. – 1971. – № 91. – S. 401-430; Buck, August. Die Kunst der Verstellung im Zeitalter der Barock. Pestschrift der Wissenschaftlichen Gesellschaft der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main. – Wiesbaden, 1981. – S. 85-113; Crise, Margot. Justification et critique du concept de la dissimulation dans l'oeuvre des moralistes du XVIIe siècle // Tiez, Manfred; Kapp, Volker (Ed.). La pensée religieuse dans la littérature et la civilisation du XVIIe siècle Entwicklung France. – Paris, 1984. – P. 147-168. Ця література чітко демонструє включення політичної проблеми збереження таємниці у загальні моральні правила вищих прошарків суспільства. Тому критика таємної політики (Arcanpolitik) і вимога публічності одночасно є і індикатором для відособлення політичної системи; адже ця вимога, природно, не може поширюватися на поведінку тих, кого вважають нині «приватними особами».

монарха.⁵ Отже, публічна доступність комунікацій у апараті політичного владарювання розширюється завдяки друкованій пресі, і лише тому виникає уявлення про громадську думку як про останню інстанцію з оцінки політичних подій. Хоча (і оскільки) публічність не була підставою для політичних рішень, а певною мірою, перебувала поза межами політичної системи, остання використовувала її для політичних цілей і копіювала її в своїй системі.

Таким чином, функцію мас-медіа варто було б вбачати не у продукуванні, а у репрезентації публічності. При цьому про «репрезентацію» йдеться у певному «звужуючому» («kontrahierenden»), редукованому сенсі. Саме тому, що для всіх систем, включно з системою самих мас-медіа, «публічність» описує інший, недосяжний бік їх кордонів і не може специфікуватися на певних системах-партнерах – її необхідно репрезентувати у формі таких конструкцій реальності, в яких можуть брати участь всі підсистеми і навіть всі люди, хоча з цього і не випливає жодних зобов'язань поводитися з ними лише у чітко визначений спосіб. Отже, репрезентація публічності засобами мас-медіа забезпечує в поточних подіях одночасно прозорість і непрозорість, тобто: певне тематичне знання у формі тих чи інших конкретизованих об'єктів та невизначеність у питанні, хто і як на це реагує.

Як вже неодноразово зазначалося, мова йде про «автологічну» концепцію. Вона зберігає свою чинність і стосовно самих мас-медіа. Репродукуючи себе як систему, вони також породжують межі з внутрішньою та – з недосяжною для них – зовнішньою стороною. І вони, якщо не ставляться під сумнів специфічні зовнішні відносини (скажімо, з політикою або рекламодавцями), рефлектують свою зовнішню сторону у вигляді публічності. Проте, ця рефлексія має для них іншу значимість, бо в цьому розпізнається їх функція. Тому шлях до функціонально адекватних стратегій засекречування і лицемірства залишається для них значною мірою заблокованим, навіть якщо вони в кінцевому підсумку все ж лицемірять, стверджуючи, начебто вони цього не роблять. Потім може відбуватися приєднання певного метафоричного переописання (Re-discription)⁶ – наприклад, у формі професійної етики, яка дозволяє журналістам розуміти свої зусилля як слу-

⁵ Спеціально про це: Baker, Keith Michael. Politics and Public Opinion Under the Old Regime: Some Reflections // Censer, Jack R.; Popkin, Jeremy D. (Ed.). Press and Politics in Pre-Revolutionary France. – Berkeley, 1987. – P. 204-246.

⁶ В розумінні: Hesse, Mary. Models and Analogies in Science. – Notre Dame, 1966. – P. 157.

жіння на благо публічності, сприймати це як виправдання претензій на автономію і як підставу нейтральності їх інтересів, інституціоналізувати для цього критичні стандарти і професійний консенсус. Обмеження журналістикою/професією/етикою цілком виправдане, коли йдеться про самоконтроль системи мас-медіа. Воно пропонує відправну точку для – як завжди, утопічної – незалежності від бажань публіки або певних груп інтересів. Проте, за ці досягнення доводиться платити сильно обмеженим поняттям автономії. Адже тут і тільки тут є сенс говорити про парадоксальну «відносну автономію».

Глава XV.

УТВОРЕННЯ СХЕМ

У проведених вище дослідженнях ми рішуче і беззастережно обрали системні референції «суспільство» і «мас-медіа», а все інше віднесли до їхнього «зовнішнього світу». Тому індивіди як живі тіла і системи свідомості залишилися поза нашою увагою. Ми, щоправда, мали можливість поговорити про індивідів, адже фактично жодна система не може обійтися без того, щоб називати імена і подавати зображення людей. Проте вони, очевидно, всього лише теми комунікації або зображені об'єкти, і у всякому випадку в системі мас-медіа, тобто в комунікаціях, вирішується, чи згадувати і зображувати індивідів. Мова не йде про власне індивідів. Це лише індивідуальні особи (Personen), лише «власні значення», які повинні виробляти будь-яка система комунікації, щоб мати змогу відтворювати саму себе.¹

Теза про оперативну замкненість аутопойетичних систем, очевидно, не означає, що ці системи могли б існувати без зовнішнього світу. Гіпотеза «соліпсичного» існування з самого початку була абсурдною і швидше говорить про того, хто сформулював її як заперечення, аніж про власне теорію, якій вона заперечує. Когнітивні системи, щоправда, не в змозі в своїх операціях досягати свого зовнішнього світу і тому також не можуть пізнавати його незалежно від власних структурних утворень. Попри це, існують структурні сполучення між аутопойетичними системами і системами в їх зовнішньому світі, які сумісні з аутопойетизмом. Вони не спричиняють жодної детермінації станів системи станами чи подіями зовнішнього світу. Системи можуть детермінуватися лише самими собою – і лише через самопороджені структури. Але не зважаючи на це, можлива поява потужних і повторюваних подразнень, які потім можуть всередині самої системи в тій чи іншій формі перероблятися в інформації. Отже, в довготерміновій перспективі структурний розвиток пояснюється постійним постачанням по-

¹ Про це див. десятю главу.

дразнень з певних джерел – і відсутністю імпульсів з боку інших сегментів навколишнього світу. Матурана [нар. 1928 р., чилійський біолог і філософ, представник т.зв. «другої хвилі кібернетики», автор теорії аутопоезису – прим. ред.] назвав цю еволюційну тенденцію «структурним дрейфом».

Само собою зрозуміло, що таке сполучення у стосунках між індивідами і соціальними системами передбачає, що індивіди мають здатність до сприйняття, тобто здатні екстерналізувати внутрішньо вирахований зовнішній світ. Крім того, воно залежить ще й від сприйняття процесу сприйняття інших; адже інакше жоден індивід не зміг би виробити щось, що призначалося б для сприйняття іншими. Так само, без сумніву, потрібна і мова, причому як для сприйняття, так і для комунікації. Втім, на підставі цих передумов ще не можна вивести гіпотези про той напрямок, в якому здійснюється структурний дрейф, якщо пізнання світу майже повністю відбувається завдяки мас-медіа. Нам бракує ще одного поняття, яке могло б, наприклад, пояснити (або вивести на гіпотези, які могли б пояснити), як знання про світ, яке давало життя у сімейних домашніх господарствах традиційного суспільства, витісняється або трансформується під впливом масмедійних трансляцій. Для вирішення цього питання міг би виявитися корисним репертуар понять, який спричинив широку дискусію і включає в себе схеми, когнітивні карти, скрипти, фрейми.²

Все це – психологічні поняття, які, втім, все ширше залучаються для пояснення соціальних координат або так званої «колективної» поведінки.³ Їх відправна точка полягає у необхідності використання пам'яті у потоці операцій, які займають пам'ять системи, що змушена постійно вибирати між забуванням та згадуванням, бо без забування були б досить швидко забло-

² Порівняйте з наступними багато цитованими засадами: Bartlett, Frederic C. *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*. – Cambridge, 1932; Tolman, Edward C. *Cognitive Maps in Rats and Men* // *Psychological Review*. – 1948. – № 55. – P. 189-208; Goffman, Erving. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. – New York, 1974. *Пор. також*: Schank, Roger C.; Abelson, Robert P. *Scripts, Plans, Goals and Understanding*. – Hillsdale, 1977; or Abelson, Robert P. *Psychological Status of the Script Concept* // *American Psychologist*. – 1981. – № 36. – P. 715-729. Термінологію можна було б спростити. Ми обираємо опцію схеми і в особливих випадках часового порядку використовуємо поняття скрипту.

³ Див., напр.: Gioia, Dennis A.; Manz, Charles C. *Linking Cognition and Behavior: A Script Processing Interpretation of Vicarious Learning* // *Academy of Management Review*. – 1985. – № 10. – P. 527-539; Sims, Henry P. Jr; Gioia, Dennis A. et al. *The Thinking Organization*. – San Francisco, 1986.

ковані спроможності системи для здійснення подальших операцій; іншими словами, у майбутньому довелося б увесь час переживати або робити одне й теж саме. Забування звільняє. Але оскільки забування не можна пригадати, потрібна схема, яка регулює процеси збереження і повторного використання. Це можуть бути і схеми сприйняття, які дозволяють фокусувати погляд, і у відомому розпізнати невідоме. Але це можуть бути і більш абстрактні категоризації, – або ж обидва елемента одночасно: коли, наприклад, на підставі расових ознак роблять висновок про властивості чи поведінку людей. Схеми не примушують до повторень, вони також не детермінують дії; їх функція полягає саме у тому, щоб створювати ігровий простір для вільно обраної поведінки у системі, яка завдяки власному минулому переводить себе у той стан (і ні в який інший), в якому вона наразі і перебуває. Цьому служить (не обов'язково понятійна) абстракція, «якщо не брати до уваги...», репресія незчисленних деталей, які маркують ситуації як єдині і неповторні. Але абстракція також означає, що нові ситуації можуть модифікувати схему. Схема робить можливими доповнення і нові наповнення, вона може застосовуватися не «схематично».⁴ Саме тоді, коли використовувати схему, відхилення від неї стає несподіванкою; воно впадає в око і тому вкарбовується в пам'ять. Схеми являють собою інструменти забування – і навчання, це обмеження гнучкості, які взагалі тільки і роблять можливою гнучкість в рамках заздалегідь структурованих меж.

Як учив нас Кант,⁵ схеми – це не зображення, а правила здійснення операцій. Так, схема кола, до прикладу, є не образом якогось кола, а правилом його накреслення. Багатоманіття, яке дано внутрішньому відчуттю у формі часових відмінностей, може реконструюватися лише як (також як такий, що передбачає час) процес з метою пізнання. Для Канта це копіювання (Hinüberscopieren) часу з емпіричної сфери в трансцендентальну становило причину того, що попри радикальну відмінність між предметами і уявленнями про них можна було б припустити наявність відносин однорідності між ними. Ця проблема зникає при переході до радикально конструктивістської теорії пізнання. Втім, залишається чинним те, що схеми не є образами, які конкретно фіксуються в момент відображення, а лише правилами

⁴ Див.: Graesser, Arthur C. et al. Memory for Typical and Atypical Actions in Scripted Activities // Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory. – 1980. – № 6. – Р. 503-515; Alba, Joseph W.; Hasher, Lynn. Is Memory Schematic? // Psychological Bulletin. – 1983. – № 93. – Р. 203-231.

⁵ А саме, у розділі «Про схематизм чистих понять розуму» своєї «Критики чистого розуму» (В 176).

для повторення (зі свого боку, конкретних) операцій. Адже пам'ять також не складається з певного резервуару образів, які за потреби можна знову проглянути. Навпаки, йдеться про форми, які в невинному часовому плині аутопоїезису уможлиблюють рекурсії, тобто звернення до відомого і повторення операцій, які його актуалізують.

Схеми можуть стосуватися речей або осіб. Смысл застосування (Gebrauchssinn) – це одна схема, а ієрархічні стосунки між особами або стандартизовані рольові очікування – це вже інша. Поняттям «скрипт» позначають окремий випадок стереотипізації часових послідовностей (наприклад, квиток необхідно придбати до того, як сідати у потяг). Спостереження каузальних відносин у типовому випадку відбувається у відповідності до певного скрипту, оскільки воно затіняє інші, також реалістичні можливості каузальної атрибуції.⁶ Лише завдяки певному скрипту виникає можливість приписувати діям їх наслідки. Таким чином, скрипт вже являє собою досить комплексну (тобто таку, яка багато що затіняє) схему, яка передбачає як стереотипізацію подій, так і стандартизоване сполучення їх послідовності. Якщо схеми речі або індивідуальної особи (Person) сполучаються в одному скрипті, то це означає також, що спостерігач більше не є вільним обирати предметну і часову схему, або коливатися у своєму баченні від однієї до іншої; а також і те, що предметна та часова схеми вступають у стосунки взаємозалежності, і жодна з них не може обиратися поза її зв'язком з іншою. Ми вже розглядали подібний випадок на прикладі наративної структури романів: послідовність дій характеризує особи, мотиви яких потім, у свою чергу, роблять зрозумілими послідовність дій – з достатнім для несподіванок ігровим простором.

Отже, ми припускаємо, що подібні схеми використовуються і навіть породжуються для структурного сполучення масмедійної комунікації та психічно зарекомендованих спрощень. Цей процес відбувається ґрунтуючись. Мас-медіа звертають увагу на зрозумілість. Проте зрозумілість найкраще гарантується схемами, які і створили самі мас-медіа. Для свого власного виробництва вони використовують психічне закріплення,⁷ яке може при-

⁶ Див., напр.: Solancik, Gerald R.; Porac, Joseph F. Distilled Ideologies: Values Derived from Casual Reasoning in Complex Environment // Sims/Gioia, цит. вид., с. 75-101.

⁷ «Закріплення» вживається тут в розумінні психологічної теорії, яка наголошує на евристичній цінності понять укорінення (anchoring), присутності (availability), предметного обчислення (topical account) тощо. Див.: Tversky, Amos; Kahneman, Daniel. Availability: A Heuristics for Judging Frequency and Probability // Cognitive

пускатися як результат споживання образів, створених мас-медіа, при чому без подальших перевірок. Ми пояснимо це на двох прикладах: виробництва казуальних скриптів у сферах, які недоступні для індивідуального досвіду, тобто у досить типовому випадку – у проблемах екології; та у встановленні відмінностей в схематизації індивідуальних осіб (*Personenschematisierungen*) в залежності від того, чи йдеться про власну особу, чи про інші.

Комунікація про екологічні проблеми – особливо вдалий приклад для наших цілей,⁸ оскільки вона виходить далеко за межі світу індивідуального досвіду. (Хто на підставі власного досвіду міг би сказати, що відбулося б з вмістом платформи Brent Spar на морському дні в результаті тиску води, якби та затонула?) Мас-медіа також не відповідають цим надмірним вимогам, і коли вони звертаються до науки, то отримують від неї в типовому випадку більше знання і більше незнання одночасно. Отже, ми залежимо від створення схем. При цьому може йтися про нормативні тези, які спрямовані проти «віртуальної реальності» і у більшості випадків працюють у метафоричній формі. Наприклад: море не можна використовувати як сміттєзвалище. Це, так би мовити, самоочевидно. У подальших запитах використовуються подальші скрипти. З незліченних можливих каузальних констеляцій вихоплюється одна, яку можна представити переконливою. У типовому випадку йдеться про наслідки дій, а не про процеси самої природи. А потім можуть додаватися ефекти, які достатньо страхітливі для того, щоб вже не виникало подальших запитань про ймовірність таких наслідків. Іншими словами, йдеться про схеми змінювання, які відповідають критеріям відбору новин і репортажів (наприклад, новизні, дії, драматизму, моралі). Забруднення навколишнього середовища змінюють життєві умови людей на Землі аж до умов, які роблять неможливим подальше життя. При цьому ми не зазнаємо труднощів з пам'яттю та світом індивідуального досвіду окремих людей. Вони ще не переживали таких умов, і коли пропонується скрипт, можуть у крайньому разі активувати відповідний власний досвід (шар пилу на припаркованому надворі автомобілі). Відповідно, йдеться не про «перевиховання» індивідів, не про більш або менш складне переживання від чогось, що вважалося знанням. Екологічна метафорика, її схеми, її скрипти розвиваються нібито в чистому полі, формуючи ще не зайняту територію.

Psychology. – 1973. – № 5. – P. 207-232; Kahneman, Daniel; Tversky, Amos. Choices, Values and Frames // American Psychologist. – 1984. – № 39. – P. 341-350. Поп.: Nisbett, Robert E.; Ross, Lee. Human Inference: Strategies and Shortcomings of Social Judgment. – Englewood Cliffs, 1980.

⁸ Більш нові публікації див., напр.: de Haan, Gerhard (Hrsg.). Umweltbewusstsein und Massenmedien: Perspektiven ökologischer Kommunikation. – Berlin, 1995.

Інколи говорять про «трансформацію цінностей». Проте, питання полягає у тому, чи починається ця переорієнтація з новими запропонованими цінностями, чи може спочатку саме ці каузальні скрипти справляють вражаючий вплив; тобто чи спочатку захоплюють самі зміни, а вже потім це приводить до того, що з ними асоціюються цінності. Салансик і Порак говорять про «дистильовані ідеології» і під цим мають на увазі «цінності – похідні від казуальних розмірковувань у комплексному середовищі»⁹.

Цей аналіз не прийме той, хто не хоче відмовлятися від уявлень на кшталт «об'єктивна істина» та психологічно зобов'язуючий «консенсус», а мас-медіа він звинуватить у поверховості, якщо не в маніпуляції. Але, з іншого боку, якщо серйозно ставитися до індивідуальності та оперативної замкненості аутопойетичних систем, то стане очевидним: по-іншому і бути не може. З перспективи суспільства перевага структурного поєднання за допомогою схем полягає у прискоренні структурних змін, а саме у прискоренні, яке – в разі успіху – не дозволяє розірвати структурне поєднання мас-медіа та індивідів, а лише переводить його в інші схеми. З погляду індивіда перевага схем полягає у тому, що вони структурують пам'ять, не детермінуючи при цьому дію. Одночасно вони звільняють від тягара надмірної конкретності і пропонують певний слайд (Folie), на якому можуть розпізнаватися відхилення, диспозиції до дії та обмеження. Окрема людина при цьому зберігає за собою свободу взяти участь або відмовитися. Вона може виявляти почуття і ідентифікувати себе з ними або спостерігати саме ось це в інших і вважати його дивним або навіть небезпечним. Тим самим ми переходимо до другої теми, додаткової гіпотези про відносини між мас-медіа та індивідами.

В психології вже давно стало звичним те розрізнення, коли у відношенні до індивідуальних осіб (Personen) схематизації власної особи (тобто відповіді на питання: хто я?) відрізняють від схематизацій інших осіб.¹⁰ Це розрізнення цікаве в різних аспектах – і саме як розрізнення. Адже кожна людина існує, перш за все, як індивід, тобто відрізняється від інших своєю зовнішністю, ім'ям та іншими ознаками. Чому ж тоді недостатньо (і з яких пір це стало недостатньо) відрізнити себе самого від інших так само, як будь-якого індивіда відрізняють від будь-якого іншого? Чому нам замало

⁹ Salancik/Porac, цит. вид. (1988).

¹⁰ Поп., наприклад: Markus, Hazel. Self-Schemata and Processing Information About the Self // Journal of Personality and Social Psychology. – 1977. – № 35. – Р. 63-78.

використовувати один і той же перелік об'єктивних ознак (вік, стать, наявність сім'ї, гарна або менш гарна зовнішність, місце проживання, чесноти і вади, тощо) і, комбінуючи лише їх, конкретизувати ту або іншу особу, про яку йдеться. Для цього існувала б необмежена кількість доповнюваних за потреби можливостей. І ще: для чого взагалі потрібне утворення схем, коли маємо справу з конкретними індивідами? При цьому, як і у випадку з екологією, необхідно припустити наявність непрозорості, яка лише і створює привід для спрощень або, як говорять сьогодні, «ідентичності». Але як же хтось може бути сам для себе непрозорим, тобто потребуватиме схеми, — коли він за Декартом не може сумніватися у своїй мислячій екзистенції?

Можна з певністю виходити з того, що відмінність власного Я від інших індивідів дана з самого початку, що означає: вже через декілька днів після народження. Новонароджена дитина повинна практикувати доповнюючу, а не наслідувальну поведінку, наприклад, ревертувати сприйняття правого і лівого.¹¹ Подальша соціалізація у ранньому дитячому віці передбачає те, що Штайн Братен називає «діалогічною закритістю», а саме — закриті назовні системи, в яких передбачене місце для «віртуального іншого», тобто для ефективного заміщення.¹² Цю позицію віртуального іншого можна замістити лише за допомогою схем, оскільки вона потребує повторного розпізнавання, тобто пам'яті. З іншого боку, немає жодної потреби у «віртуальному Его». Кожен з самого початку є тим, ким він є. Але як же все-таки виникає вторинна потреба у самосхематизації? І що стається, коли підтримується умова безпосереднього «діалогічного закриття», а заміщення позиції «віртуального іншого» більше не відбувається ефективно (у розумінні «virtus»¹³) і натомість «збагачується» фіктивними компонентами?

Можна припустити, що в цій точці стають зримими результати впливу мас-медіа. Новий розвиток починається, перш за все, в драматичному театрі раннього Нового часу (Bühnentheater). Він запропонував можливість засобами мови зробити видимими для публіки внутрішні процеси формування думки,

¹¹ Про стан дослідження див.: Intersubjective Communication and Ontogeny: Between Nature, Nature and Culture: Theory Forum Symposium Pre-Proceedings. — Oslo: The Norwegian Academy of Science and Letters, 1994.

¹² Див.: Braten, Stein. Between Dialogic Mind and Monologic Reason, Postulating the Virtual Other // Campanella, M. (Ed.). Between Rationality and Cognition. — Torino, 1988. — P. 205-235; The Virtual Other in Infants' Minds and Social Feelings // Wold, A.H. (Ed.). The Dialogical Alternative. — Oslo, 1992. — P. 77-97.

¹³ стійкість, мужність, відвага (лат.) — прим. перекладача.

конфлікти і сум'яття (*Unsicherheiten*) акторів, – нехай навіть актори звертали-ся безпосередньо до публіки у формах, які передбачають, що інші учасники на сцені цього не чують (але як засвоїти таку незвичну, контрафактичну підстановку?); нехай навіть у формі монологів та розмов самих з собою. Публіка могла тоді спостерігати, як діючі особи на сцені обґрунтовували свої дії, вводили в оману самих себе та інших і, що спочатку цей процес залишався невидимим для інших учасників вистави.¹⁴ У відточених діалогах Віденського театру (наприклад, у «Залицянні» Шнітцлера або «Непідкупному» Гофман-стала) навіть самі речення конструюються так, щоб публіка могла спостерігати більше, ніж адресати [цих речень]. Таким чином, поява цієї складної, так би мовити, «навантаженої» культурної форми спостереження спостерігачів та утворення придатних для цього схематизацій не є прямим продуктом друкарського станка або мас-медіа. Але шойно така специфічна форма спостереження другого порядку з її мотиваційними схемами (кохання, злочин, щирість/нещирість, тощо) вкорінюється і може припускатися як спосіб спостережень, – стає можливим її використання і в інших контекстах, скажімо, в романі і, зрештою, навіть у філософії. Тоді вже і глядач або читач спокушаються ще раз поглянути на власний спосіб спостереження та його мотиви.

Шефтсбері був, напевне, одним із перших, хто, явно не довіряючи пресі та її комерційним видавцям, допомогою яких він все ж користувався і сам, усамітнюється для приватної розмови з собою, щоб віднайти ясність про самого себе.¹⁵ Руссо також здає до друку свою «Сповідь», хоча експліцитно виводить себе з-під критеріїв оцінки, які залишаються чинними для інших.¹⁶ Романтизм грає з двійниками, близнюками, віддзеркалення-

¹⁴ Про це див.: Raymond Williams, *цит. вид* (1982), p. 137, 145.

¹⁵ Див.: Anthony, Earl of Shaftsbury, *Soliloque, or Advice to an Author* (1710), in: *Characteristics of Men, Manners, Opinions, Times*. – London, 1968. – Vol. 1. – P. 151. До теми роздвоєної самості (*Divided Self*) у Шефтсбері див.: van den Berg, Jan Hendrick. *Divided Existence and Complex Society*. – Pittsburgh, 1974.

¹⁶ Див.: Jean-Jacques Rousseau, *Confessions*. Особливо цікавим є початок першої книги: «Я створений несхожим ні на жодного з тих, кого я бачив; я смію вірити, що створений бути несхожим на жодного з тих, хто існує. Якщо я не краще, то, принаймні, я інший». Прикметним є також те, що Руссо переносить цю самосхематизацію буття-іншим і на свій текст: «Я створюю твір, прикладів якому ніколи не було і виконати який не зможе жоден наслідувач» (*Oeuvres complètes*, éd. de la Pléiade. – Paris, 1959. – P. 5). Якщо Руссо із неповторності самого себе виводить неповторність свого тексту, чи являє він собою тоді сам текст? Чи це змішання покликане відвести підозру, що начебто йдеться про схему? Про сучасну критику цього пункту дивіться також примітку у вказаному виданні стор. 1231.

ми, зображаючи в такий спосіб перетворення ідентичності в комунікацію. Наприкінці XIX століття Вільям Джеймс, Георг Зіммель та багато інших заявляли про необхідність «соціальної самості» або «ідентичності», якою повинен стати (або претендувати на це) фрагментарний, турбулентний, хаотичний індивід, – щоб для інших бути чимось, чим він сам-по-собі не є. І тоді ж починаються «пошуки смислу», – принаймні, у друкованих текстах. Ми входимо в епоху, в якій вже не можна розділити літературу і життя в літературі. Винаходиться проблема «самореалізації», яку підхоплюють і розповсюджують мас-медіа. Індивідам навіюється думка, що вони, безумовно, хоча і набувають реального життя вже після зачаття, а тим паче після народження, тим не менш повинні стати ще реальнішими (або не реальнішими?), аніж вони вже є.¹⁷

Цю семантичну неоднозначність можна зрозуміти, якщо розглядати її як індикатор потреби у певній схемі, в якій, щоправда, не признаються. Використання схем можна розпізнати на інших і на собі, якщо сприймати їх як когнітивні рутини, як скорочення чогось, що можна було б пояснити. Проте і це, зі свого боку, було б схемою, яка приховує обставини справи, про яку, зрештою, йдеться. З огляду на неспостережуваність світу та непрозорість індивідів для них самих та для інших, утворення схем є неминучим. Без них не було б ні пам'яті, ні інформації, ні відхилення [поведінки], ні свободи. Разом зі Спенсером Брауном можна розуміти це і як необхідність певної форми, яка маркірує певне розрізнення, одна сторона якого повинна бути позначена для того, щоб можна було спостерігати та здійснювати подальші операції. Це не виключає питання про суспільні умови переконливості таких схем. В епоху мас-медіа вони навряд чи мислимі без співучасті самих медіа. Подібно до театру, мас-медіа також поміщують індивіда на сцену поза [будь-яким] інсценуванням. Ми вже описали це як технічну умову віддособлення медійної системи. На індивідів ця система повинна діяти амбівалентно. Адже, з одного боку, самі вони ще не є текстом, який виконується перед ними; а коли вони, подібно до Руссо, його написали і опублікували, то вони вже перестають ним бути. Індивіди не бачать самих себе по телебаченню, а якщо у виняткових випадках таке і трапляється, вони отримують

¹⁷ До гасла, як знайти виховання, див. також: *The Education of Henry Adams: An Autobiography* (1907). – New York, 1918. Втім, Адамс долучається до цього тексту в потрійному сенсі: як автор, як оповідач і як той, про марні пошуки виховання якого ведеться оповідь. Отже, і тут розповідається про незворотно втрачену ідентичність, яку, принаймні, більш не визначається походженням, родиною, місцем (Бостоном) і часом (XVIII століття).

особливе задоволення від упізнавання самих себе, що можливе лише як виняток. З іншого боку, мас-медіа продукують світ, в якому індивіди віднаходять самих себе. Це стосується всіх програмних секторів: новин, реклами, розваг. Те, що їм пропонується, стосується, таким чином, і їх, адже саме в цьому світі вони повинні проживати своє життя; і це стосується їх навіть тоді, коли індивіди прекрасно розуміють, що самі вони ніколи не потраплять у ті ситуації і ніколи не гратимуть тих ролей, які їм – як дійсні або фіктивні – презентуються. Замість цього індивіди все ж можуть ідентифікувати себе з культовими об'єктами або мотивами, які пропонують їм мас-медійні скрипти. Коли індивіди сприймають медіа як текст або образ, вони існують поза їх реальністю; коли вони переживають в собі результати їх впливів, вони перебувають всередині неї. Вони вимушені коливатися між «поза» і «всередині», причому в парадоксальній ситуації: швидко, майже не гаючи часу, не маючи можливості ухвалювати рішення. Тому що одна позиція можлива завдяки іншій – і навпаки.

Необхідний наслідок полягає у тому, що індивід мусить сам для себе розв'язати цю парадоксальність і сам конструювати свою ідентичність або свою «самість». Матеріали, які для цього використовуються, можуть бути цілком звичайними. Проте, не існує жодної можливості запозичити певне «Я» за аналогією із-зовні. Ніхто не може бути таким самим, як хтось інший. Ніхто не розуміє себе як відображення іншого. Тотожність полягає лише в необхідності використання схем, щоб підтримувати пам'ять. Проте, самосхематизація не може розвантажити себе за допомогою ілюзії «об'єктивної» (хоча і спірної) реальності. З одного боку, вона незаперечна, адже ніхто не може здійснити її замість когось іншого, а з іншого – відчуває постійну загрозу нового розпаду. Адже жоден індивід не може знати, чи залишиться він тим, ким він мислив бути. Він не може цього знати, тому що сам розпоряджається цим знанням.

Структурні поєднання між індивідом і суспільством зачіпають всю реальність. Це стосується будь-якої суспільної формації. Втім, мас-медіа варіюють структурні умови своїх структурних поєднань, бо вони змінюють як потребу у схемах, так і їх асортимент. Схеми і скрипти екологічних страхів та необхідність схематизації власної особи становлять лише екстремальні, спеціально підібрані приклади. І, можливо, не випадковим є те, що обидва ці зовнішні світи суспільної комунікації, комплексність позалюдської природи та власна динаміка і непрозорість людських індивідів, особливою мірою залежать від схем і, відповідно, від структурних поєднань з системою мас-медіа.

Глава XVI.

КІБЕРНЕТИКА ДРУГОГО ПОРЯДКУ ЯК ПАРАДОКС

Розроблена Хайнцом фон Фьорстером кібернетика другого порядку¹ по праву вважається конструктивістською теорією, якщо не маніфестом операціонального конструктивізму. Проте, зворотного зв'язку тут не існує. Конструктивістським теоріям пізнання не обов'язково властива суворість кібернетики кібернетики. Можна спостерігати [способи] пізнання як конструкції спостерігача без пов'язання з тезою про те, що спостерігаючий спостерігач спостерігає сам себе як спостерігача. Ця відмінність настільки важлива, що ми присвяtimo їй заключну главу.

У попередніх міркуваннях ми виходили з двох відправних пунктів. Згідно з першим, як у випадку мас-медіа, так і у випадку будь-якої функціональної системи йдеться про оперативно-замкнену, а отже – аутопойетичну систему. У другому наголошувалось, що це стосується також всіх типів пізнання, адже і вони являють собою операції, а тому можуть породжуватися лише в рамках системи. Така ситуація зберігає свою чинність і в тому випадку, коли до уваги береться і те, що у суспільстві із системою мас-медіа можуть існувати комунікації, які виходять із її зовнішнього світу. Адже і ці комунікації уможливорюються лише на основі знання, яке постачають мас-медіа; крім того мас-медіа розуміють те, що їм повідомляється, лише на основі їхньої власної мережі відтворення інформацій. Будь-яка комунікація з мас-медіа та всередині них залишається зв'язаною зі схемами, які вони мають для цього у своєму розпорядженні.

Проект такого теоретичного описання здійснюється в модусі спостереження другого порядку. В ньому спостерігаються і описуються спостерігачі. Проте воно не передбачає, що самі мас-медіа спостерігають себе у модусі спостереження другого порядку. Медіа позначають зміст своїх комунікацій

¹ Див. збірник: *Observing Systems*. – Seaside, 1981.

і тому повинні його відрізняти. Наприклад, вони повідомляють про скандали і повинні при цьому припускати, що нескандальна поведінка також була можливою. При цьому не здійснюється рефлексія того, що можна було б поставити наступне питання (яке міг би поставити соціолог): чому взагалі спостереження відбувається в рамках схеми скандальне/не скандальне, і чому частота використання цієї схеми з очевидністю зростає. Іншими словами, для самих себе медіа – як спостерігачі – залишаються (і як ми незабаром побачимо – на це є поважні причини) невидимими. Вони оперують, звертаючись до світу, і не рефлексують того, що вже це звертання породжує неозначений простір, в якому вони самі і перебувають.

Ми можемо сформулювати це висловлювання по-іншому, розколовши наше поняття автономії. З одного боку, існує аутопойетична автономія, яка ґрунтується на оперативній замкненості і означає, що система може відтворювати свої власні структури і операції лише за допомогою власних операцій, тобто зі своїх власних продуктів. Від цього слід відрізняти *когнітивне* замкнення і відповідно когнітивну автономію. Вона означає, що система у всіх своїх типах пізнання одночасно спостерігає і ту обставину, що йдеться лише про власне спостереження. Лише завдяки цьому ми опиняємося на території, якою цікавиться кібернетика другого порядку у строгому розумінні.² При цьому питання про те, хто спостерігач, ставиться універсально і застосовується також і до спостерігаючої системи. Замість питання про обґрунтування, яке повинне було б приводити до нескінченного регресу, ставиться питання про спостерігача; і той, хто бажав би обґрунтувати свої власні переживання або дії, мусів би спостерігати себе як спостерігача і тим самим вибір розрізень, які спрямовують його спостереження. Але як таке можливо?

Вочевидь, з емпіричної точки зору, система мас-медіа оперує не на *когнітивно-замкненому* рівні кібернетики другого порядку. Щоправда, вона розрізняє між самореференцією та інореференцією. В режимі інореференції вона повідомляє про факти і думки. Це включає можливість спостереження спостерігачів. Тому і виникає типове для сучасного суспільства спостереження другого порядку. Але це призводить лише до нескінченного регресу в питанні про те, який спостерігач, зі свого боку, це спостерігає. У самій системі не виникає остаточної фігури (*Abschlußfigur*) двозначної

² Стосовно організацій див.: Steier, Frederick; Smith, Kenwyn K. Organizations and Second Order Cybernetics // Journal of Strategic and Systemic Therapies. – 1985. – № 4,4. – S. 53-65.

«спостерігаючої системи»³, а саме – автологічного розуміння: те, що стосується спостерігачів, стосується і спостерігаючої системи. Завдяки розрізненню самореференції та інореференції масмедійна система може позначати також і саму себе у своїй відмінності від всього іншого. Вона може робити темою обговорення власні структури і операції так, начебто вони були б об'єктами. Вона, втім, не ставить додаткового питання: як я оперую як спостерігач і чому я розрізняю так, а не інакше? Зі всіма розрізненнями, які використовує система, вона переносить саму себе у вільний від спостереження і маркірування простір, і це відбувається також і тоді, коли система позначає саму себе у своїй відмінності від інших. Будь-яке розрізнення – і саме цей факт є ще доступним для пізнання – робить спостерігача невидимим. Якщо він хотів би знову стати видимим, він мусів би себе позначити, тобто вирізнитися [з-поміж інших]. І знову постало б питання: хто ж є той спостерігач, який розрізняє так, а не інакше?

Це стосується і сучасного суспільства, і тих умов, котрі сьогодні деякими позначаються як «постмодерн». Така ситуація зберігає свою чинність і тоді, коли відмовляються від претензій на абсолютну значущість, які в традиції проявлялися під іменем бога, природи або розуму. Цю відмову зображують у вигляді релятивізму або історизму. Приймається контингентність усіх критеріїв і всіх можливих позицій спостерігача. Але це означає лише те, що від будь-якого розрізнення можна перейти до іншого, скажімо, враховувати зміну моди або трансформацію цінностей. Мова, тим часом, іде про акцептовані схеми. Проблема трансформації і контингентності може бути перетравлена і зображена у вигляді нормальних схематизмів мас-медіа. Щоправда, тоді система оперує на рівні більш високої невизначеності (*Unsicherheit*), але це стосується і інших функціональних систем: монетарної економіки, мистецтва, науки, політики. В акцептуванні цього постмодерністського стилю зображення мас-медіа лише слідує вимогам форми суспільної диференціації. Проте, за допомогою безперервної зміни перспектив, знову ж таки, неможливо зафіксувати спостерігача, який здійснює ці зміни завдяки розрізненню до/після. Стверджуючи «Бог – мертвий», мали на увазі: останнього спостерігача неможливо ідентифікувати.

Ось вже декілька років – як реакцію на ці висновки – можна спостерігати спроби перенесення цієї проблеми у площину етики. Це стосується всього суспільства, а отже і мас-медіа. Так, наприклад, можна спроектувати

³ Heinz von Foerster, цит. вид. (1981).

певний етичний код для журналістів і спробувати запровадити його через процеси самоконтролю, які властиві цій професії. Те, що мова при цьому не може йти про етику обґрунтування в академічному стилі, можна легко зрозуміти, якщо відстежити академічну дискусію навколо трансцендентальної, утилітаристської чи ціннісної етики. У всіх випадках дедуктивний підхід до прийняття рішень зазнав невдачі. І це відомо. Отже, мова може йти лише про конвенції, які постійно зіштовхуються з новими ситуаціями. Ця етика – якщо вона не ущільнюється до норм права – не містить жодних вказівок на те, як поводитися з тими, хто від неї відхиляється. Позиція кібернетики другого порядку пропонує можливість осмислити цю втечу у сферу етики як зміщення проблеми. Адже і етика – щоб під нею не розумілося в конкретному випадку – являє собою практику розрізнення. Вона розрізняє стандарти і способи поведінки: конформну поведінку і девіантну поведінку, і – переважно в моральному розумінні – гарну та погану (злу) поведінку. Крім того, до її передумов належить і та обставина, що відхилення приписуються поведінці, а не хибно обраним стандартам, або «етикету» («labeling»), як вважали певний час критично налаштовані соціологи.⁴ Навіть якщо у сильно моралізованих сферах доводиться рахуватися з жорсткими зв'язками та підвищеною емоційністю, кібернетика другого порядку може, тим не менш, запитати: чому ви розрізняєте саме так, а не інакше; або знову ж таки: хто той спостерігач, який намагається нав'язати саме ці схеми?

Такі знані автори конструктивістської теорії пізнання, як Умберто Матурана та Хайнц фон Фюрстер спробували на цьому ґрунті розробити нову етику. Втім, вони не вийшли за межі натяків,⁵ і це ще питання, чи увінчається ця спроба успіхом. Адже якби від етики вимагали здійснювати розрізнення і одночасно рефлексувати ту обставину, що саме вона здійснює розрізнення, вона саботувала б саму себе.

⁴ Поп.: Kitsuse, John I. Societal Reactions to Deviant Behavior: Problems of Theory and Methods // Social Problems. – 1962. – № 9. – С. 247-256; Lemert, Edwin M. Human Deviance, Social Problems, and Social Control. – Englewood Cliffs, 1967.

⁵ До прикладу, слідом за Вітгенштайном, Хайнц фон Фюрстер вважає, що така етика мусить залишатися *імпліцитною*. Але чи не означає це, що вона мусить залишатися неспостережуваною? Див.: Förster, Heinz von. Implizite Ethik // Förster, Heinz von. Wissen und Gewissen, цит. вид., S. 347-349. Див. також: Förster, Heinz von. Ethics and Second-order Cybernetics // Cybernetics & Human Knowing. – 1992. – № 1. – С. 9-25.

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 болу 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 наптовхує 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 аутопойєзису, 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 поведіння 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

Третє видання

Переклад: *Віталій Климченко*

Наукове редагування: *Валерій Іванов, Михайло Мінаков*

Літературне редагування: *Оксана Волошенюк*

Комп'ютерна верстка: *Євген Цимбаленко*