

Конструктивистский подход к исследованию медиареальности

(на базе зарубежных исследований)

Мария Числова

Статья посвящена конструктивистскому подходу к исследованию медиареальности, согласно которому СМИ не отражают реальную действительность, а конструируют ее за счет специфических вербальных и аудиовизуальных средств. Междисциплинарный подход к рассмотрению феномена медиареальности, основанный на исследованиях по философии, социологии, журналистике и лингвистике, способствует лучшему пониманию механизмов конструирования медиареальности в конкретной социокультурной и языковой среде.

Ключевые слова: СМИ, реальность, медиареальность, конструктивизм.

Мы живем в медиатизированном обществе и постоянно испытываем воздействие со стороны средств массовой информации, деятельность которых проникает во все сферы нашей жизни. Человек не может быть прямым свидетелем и очевидцем всего, что происходит на нашей планете, но при этом ощущает насущную потребность «быть в курсе» происходящего – общеизвестно высказывание: «Кто владеет информацией, тот владеет миром».

Данная статья посвящена конструктивистскому подходу к исследованию такого феномена, как медиареальность. Основным его тезисом является представление о том, что средства массовой информации не отражают, а конструируют реальность за счет специфических вербальных и аудиовизуальных средств. Именно положения конструктивизма, применяемые в рамках теории коммуникации к продукту деятельности СМИ, помогают понять особенности функционирования медиареальности как системы, а также проанализировать механизмы ее создания.

Как отмечает В.Ф. Петренко в своей статье «Конструктивизм как новая парадигма в науках о человеке»¹, термин «конструктивизм» стал необычайно популярен среди таких разных отраслей науки, как философия, социология, математика, архитек-

Числова Мария Ильинична – аспирантка кафедры немецкого языкознания филологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, maria.chislova@gmail.com

тура, отчего границы термина становятся несколько размытыми. В понимании сути конструктивизма все эти науки объединяет одно: под ним понимается «построение субъектом-творцом идеальных (как в математике или философии) или материальных (как в архитектуре) конструкций, исходя из функционально необходимых задач в деятельности»². Подобное определение можно отнести и к масс-медиа, которые в силу своей роли основных информаторов о том, что происходит в окружающем мире, являются творцами конструкций реальности.

Согласно положениям постнеклассической философии³, на процесс познания оказывают влияние не только особенности объекта, но и субъекта познания, а также специфика инструментов познания. По мнению Петренко, «образ, картина мира оказывается производной от ценностно-мотивационной сферы (единичного или коллективного) субъекта познания, степени развития и характера инструментальных средств познания, от модельного языка, в котором создаются образы познаваемого»⁴. Это справедливо и для картины мира, создаваемой СМИ, которая зависит как от отдельных субъектов познания (в данном случае – журналистов), так и от характера инструментальных средств познания, а также социокультурных и языковых особенностей.

Понятие реальности в философской традиции

Попытки определить и ограничить «реальность» предпринимались во многих философских работах, начиная с Платона. Каково же определение «реальности» сейчас, и возможно ли вообще дефинировать это понятие?

В Философском энциклопедическом словаре дается следующее толкование: «Реальность (от позднелат. *realis* – вещественный, действительный), филос. термин,

употребляющийся в разных значениях: все существующее вообще (в этом значении понятие Р. приближается к понятию бытия); объективный мир (в том числе и объективированный мир человеческого духа, “субъективно-объективный мир культуры”), существующий независимо от человеческой воли и представлений; действительность (как актуальное бытие)»⁵. В данной статье «реальность» понимается прежде всего как «объективная действительность», «мир вокруг нас».

Среди исследователей до сих пор нет единства во мнениях относительно степени познаваемости этого мира. Карл Поппер, представитель критического рационализма, считает, что, по крайней мере, к той части внешней реальности, которую Кант называл «интеллигибельной», т.е. доступной человеческому сознанию, можно применить критический подход и получить однозначное и надсубъективное представление о ней (надсубъективность как независимость от личного восприятия субъекта)⁶.

В противовес ему, неопозитивисты (в частности, Рудольф Карнап⁷) рассматривают реальность как символически ограниченную и запечатленную в языковых знаках. Конструктивисты (Клаус Мертен, Зигфрид Шмидт⁸ и др.), ориентированные на теорию коммуникации, предметом своего исследования делают лишь когнитивные конструкции этой реальности. Они исходят из того, что реальность не может существовать без наблюдателя, который по природе своей субъективен, и систематический анализ отношений между этими субъективными представлениями о реальности и внешней реальностью невозможен.

Основные положения радикального конструктивизма

Эти же идеи, правда, несколько в другом ключе, развивают и сторонники радикального конструктивизма.

Как новое направление в философии радикальный конструктивизм впервые появляется в 1970–1980 гг. Родоначальником понятия «радикальный конструктивизм» считается австрийский исследователь Эрнст фон Глазерсфельд. Впервые он употребил этот термин в книге «Радикальный конструктивизм и концепция познания Пиаже»⁹, которая была издана в 1978 г. Более детальное объяснение этого явления дается в сборнике американского исследователя австрийского происхождения Пауля Ватцлавика «Изобретенная действительность»¹⁰.

Как подчеркивает Глазерсфельд, одним из главных тезисов конструктивизма является предпосылка, что «мир, который мы познаем (проживаем) на собственном опыте и который мы сами же конструируем, является актом произвольным, наше конструирование – это не предмет специального внимания, т.е. мы не знаем, как мы это делаем»¹¹. Большинство философских течений исходило из того, что знание является знанием, когда оно познает мир таким, каков он есть. По мнению Глазерсфельда, главное отличие философии радикального конструктивизма от других систем, коренится в самом соотношении знания и действительности. Это отношения не «иконического соответствия» (*ikonische Übereinstimmung*), а скорее «функционального приспособления» (*Anpassung im funktionalem Sinne*). Иными словами, наше знание о мире есть не отражение (*Abbildung*) внешнего мира, а лишь своеобразный ключ, открывающий замок (реальность, действительность). «Ключ “подходит”, если он отпирает замок. Понятие пригодности относится к ключу, но не к замку, – отмечает исследователь. – Так, мы можем сказать наверняка, что профессиональный взломщик имеет множество ключей, имеющих различную форму и, тем не менее, открывающих нашу дверь <...>. С точки зрения радикального конструктивизма, все мы –

ученые, философы, дилетанты, школьники, животные, как, впрочем, любые живые существа – соотносимся с нашей окружающей средой в такой же мере, как взломщик с замком, который он должен отпереть, чтобы добраться до добычи»¹².

Согласно радикальному конструктивизму, познающий субъект уже не имеет дела с миром как таковым (*die Welt an sich*), следовательно, и объективное знание о мире всегда будет неполным и неточным. Здесь представляется уместным остановиться на различиях в позициях радикального конструктивизма и реализма. Исходя из положений традиционной философии, следует разделять мир и бытие, опосредованное через наше восприятие. Такое разделение и предопределяет классическую схему субъектно-объектных отношений, при которых познание представляет собой проникновение в подлинную, метафизическую, реальность. Конечной целью при этом является отражение действительности, независимой от познающего субъекта, т.е. познание мира таким, какой он есть на самом деле, а не представляется наблюдающему субъекту. В данной связи А.В. Кезин обращается к метафорическому образу пещеры у Платона. «Жители пещеры – узники феноменов, теней. Подлинное бытие им неизвестно. В соответствии с этим образом западноевропейская традиция понимала познание как попытку бегства из “пещерных уз”, как процесс, идущий от видимости к подлинному бытию»¹³. Однако с этим сопряжена проблема невозможности верификации того, насколько отражение в сознании субъекта соответствует оригиналу. Данная проблема крайне актуальна и при анализе механизмов деятельности средств массовой информации.

Радикальный конструктивизм решает эту проблему отказом от претензии на познание мира «за пределами пещеры». Единственно возможным представляется «познание в пещере»: «узники» пещеры

не имеют другой возможности судить о мире, как только по отражениям на стенах, т.е. тени и есть их реальность. «Для них бытие есть воспринимаемое, видимость для них равна бытию. Для них пещера и есть мир, вся действительность. <...> Однако у них есть знание. Они описывают соотношения теней, последовательность их появления, пытаются предсказывать их следующие появления. Они не делают предположений об истинно сущем бытии, они стремятся к точности прогнозов. Конструктивистское понятие знания прощается с идеей репрезентации и удовлетворяется взором наблюдателя за тенями, составляющим базис жизнеспособных прогнозов»¹⁴ [выделено нами. – М.Ч.]. Выражаясь языком Глазерсфельда, отношение нашего знания к миру измеряется понятием эквивалентности (*Äquivalenz*), а не самоотождественности (*individuelle Identität*). То, что мы знаем о мире, это «подобное миру» (*das gleiche*), но не «то же самое» (*dasselbe*).

Глазерсфельд отмечает, что «радикальный конструктивизм следует истолковывать не как некое изображение или описание абсолютной действительности, а как одну из возможных моделей познания, относящуюся к когнитивным живым существам, способным из материала своего собственного опыта конструировать более или менее надежный мир»¹⁵. Таким образом, воспринимая окружающий мир, мы лишь интерпретируем его, конструируя другую реальность.

Клаус Мертен развивает эти идеи следующим образом: «Люди конструируют свою реальность субъективно и самостоятельно. В соответствии с этим существует столько же реальностей, сколько и людей»¹⁶. Как уже отмечалось ранее, согласно концепции конструктивистов, наше личное конструирование реальности есть не что иное, как своеобразная интерпретация действительности, основанная на определенной схеме, модели реальности, складывающейся

из нашего опыта, сиюминутной ситуации, целей и т.п.

Научные исследования показывают, что пять человеческих чувств каждую секунду воспринимают примерно 11 млн бит информации¹⁷. Но только 40 из них наш мозг может за эту секунду осознанно обработать. Причем то, какие именно 40 бит из всего объема информации будут восприняты, для каждого глубоко индивидуально. Чтобы разобраться в этом потоке информации, необходимо селективное восприятие.

По мнению К. Мертена, именно селективное восприятие отличает человека от животного. Если животное реагирует на возбудитель рефлекторно, то человек селективно выбирает между различными стимулами и решает, как ему вести себя в данной ситуации. На это влияет предшествующий опыт, знания и ценности, образующие своеобразный фильтр, который воздействует на восприятие информации «на входе» (*input*). Таким образом, это еще раз подтверждает тезис Мертена о том, что «реальность может быть порождена лишь субъективно» [выделено нами. – М.Ч.] («*Wirklichkeit kann nur immer subjektiv erzeugt werden*»¹⁸ [Здесь и далее перевод наш. – М.Ч.]). При этом одним из главных принципов, которыми руководствуется Мертен, является так называемый «принцип жизнеспособности» (*Prinzip der Viabilität*), смысл которого заключается в следующем: право на существование имеет только то восприятие реальности, которое «жизнеспособно», т.е. помогает нам выживать в этой реальности¹⁹.

Медиареальность как реальность наблюдения второго порядка

В силу своих ограниченных способностей человек не в состоянии быть непосредственным свидетелем большинства событий, поэтому он черпает информацию из различных источников – будь то другие люди, книги и, конечно же, современные

СМИ. Именно на последние возложена важная общественная миссия – информировать. Но следует помнить, что, во-первых, масс-медиа создают символическую картину мира специфическими средствами; во-вторых, хотя СМИ и призваны отражать реальность как можно правдивее и полнее, тем не менее это всего лишь уменьшенный и (уже в силу одного лишь этого) искаженный слепок; в-третьих, публика воспринимает этот слепок как «когнитивную копию», благодаря чему в сознании реципиентов возникает отражение реальности (*Abbild des Abbilds der Realität*²⁰). Таким образом, отражение реальности проходит два этапа. Сначала из объективной «реальности» возникает «медиа-реальность» (*Medienrealität*), которая затем в субъективном сознании реципиентов становится «реальностью публики» (*Publikumsrealität*). Предметом нашего внимания является реальность второго порядка, т.е. «медиа-реальность».

Первым, кто обратил внимание на эту проблему, был американский журналист и исследователь Уолтер Липпман, опубликовавший в 1922 г. работу «Общественное мнение»²¹. Его основным тезисом является утверждение, что поведение человека основывается не на непосредственном и точном знании, а на представлениях, которые у него сложились или были ему переданы. Эти представления он называет «стереотипами», или «картиной мира» (*picture of the world*). Чтобы защитить себя от сбивающего толку наплыва информации, индивид конструирует для себя упрощенную модель того, что он считает «подлинной» реальностью. Согласно Липпману, представления о реальности подобны разветвленной сети различных стереотипов. Эти стереотипы соответствуют психолингвистическому понятию «схемы», т.е. комплексу знаний, который включает в себя обобщенные концепты об объектах или событиях. Часть стереотипов относится к частным, другая – к обществен-

ным вопросам (исследователь использует уже известный термин «общественное мнение»). Липпман называет различные источники этих представлений: наряду с непосредственным опытом и разговорами он отмечает усиливающуюся роль СМИ. Таким образом, эти стереотипы являются индивидуальными конструкциями, включающими в себя как субъективную, так и коллективную составляющие.

В 1960–1970 гг. теория Липпмана вновь оказывается в центре внимания исследователей. Особенно интересной представляется работа социологов П. Бергера и Т. Лукмана²². Они тоже отталкиваются от тезиса, что реальность конструируется обществом. Эта когнитивная картина мира имеет структуру множества различных реальностей. Самая непосредственная и очевидная из них – «мир повседневности» (*Alltagswelt*). Все другие миры (мир искусства, теоретической физики, религии и т.д.) оказываются лишь частями, «анклавами» этой повседневности (*Enklaven der Alltagswelt*).

Соединять и упорядочивать эти миры человек может только при помощи языка. Кроме того, язык становится медиумом (посредником) между объективной и субъективной реальностью (т.е. переводит объективную реальность в субъективную). И хотя авторы лишь вскользь упоминают о роли масс-медиа, однако вполне очевидно, что СМИ как общественному институту отводится центральная роль в этом процессе конструирования социальной реальности. Сложность заключается в том, что средства массовой информации выступают не только как посредники между различными областями реальности, но и как конструкторы своей особой, «медийной» реальности.

Те же идеи развивает виднейший немецкий социолог Никлас Луман. Известна его формулировка, ставшая уже классической: «То, что мы знаем об обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря

масс-медиа»²³. Именно на них возложена обществом такая важная функция, как «самонаблюдение». Главное условие коммуникации в СМИ – темы, «которые служат для структурного сопряжения масс-медиа с другими сферами общества; они настолько эластичны, настолько диверсифицируемы, что масс-медиа посредством своих тематик могут проникать во все сферы общества, в то время как такие системы в рамках внутриобщественного внешнего мира, как политика, наука, право, нередко испытывают трудности, предлагая масс-медиа свои темы и пытаясь добиться их адекватного предметного восприятия»²⁴.

По мнению Лумана, следует различать два типа реальности, связанных с масс-медиа. Первая из них – «реальность первого порядка» – это «реальная реальность» масс-медиа, т.е. «протекающие в них и пронизывающие их коммуникации» (например, трансляция программ). Помимо первой существует «реальность второго порядка». Под ней подразумевается то, что благодаря «реальности» масс-медиа «реальность первого порядка» и «для других выглядит как реальность». При этом СМИ выступают в роли наблюдателей, а реципиенты «наблюдают их наблюдения», за счет чего происходит удвоение реальности: масс-медиа вынуждены конструировать еще одну реальность, отличную от них самих. В процессе этого конструирования в качестве основного средства используется код «информация/неинформация». Именно этот код закладывается в основу деятельности СМИ, которые, контактируя с внешним миром, производят «редукцию сложности», т.е. селекцию: «Массовая информация имеет всеобъемлющий и одновременно избирательный характер. Она избирательна по отношению к передаваемому содержанию, которое диктуется задачами и целями инициатора текста»²⁵. На критерии отбора информации в СМИ могут влиять многие факторы, такие как

личностная установка и общественно-политическая позиция журналиста, выполняющего роль «привратника» при отборе новостных сообщений, а также особые критерии селекции информации (новостные факторы)²⁶.

Заключение

Одним из наиболее важных тезисов радикального конструктивизма, который важен для исследования конструирования медиареальности, является представление о том, что познание следует рассматривать как средство приспособления (адаптации), о чем упоминалось выше в связи с теорией К. Мертена. На место истины приходит понятие жизнеспособности, что роднит конструктивизм с положениями прагматизма²⁷. Таким образом, познание служит организации внутреннего мира субъекта, а не описанию объективной онтологической реальности.

Наше знание всегда избирательно, а конструирование реальности за счет селективного подхода помогает создавать жизнеспособные модели действительности. Этот тезис очень важен для понимания роли масс-медиа в создании картины мира, которая не является и, согласно позиции конструктивизма, не может являться отражением объективной реальности, а выполняет вспомогательную функцию по редукции (упрощению и, в определенной степени, систематизации) сложности окружающей реальности. Медиареальность как продукт деятельности средств массовой информации по сути – не более, чем субъективная конструкция. Однако это не отрицает существования объективной реальности, отражение которой невозможно, но путем отображения различных точек зрения (плюрализм отдельных интерпретаций) можно и нужно предпринимать попытки приблизиться к ней. Как уже было отмечено ранее, СМИ являются наблюдателями и интерпретаторами окружающей действительности.

тельности, поэтому важно понимать, что и по отношению к самим СМИ необходимо осуществлять функции наблюдения за их деятельностью. Для подобного наблюдения необходимо не только четкое представление о медиареальности как о конструкте, а не отражении реальности, но и понимание механизмов и средств конструирования медиареальности в конкретной социокультурной и языковой среде.

* * *

- ¹ Петренко В.Ф. Конструктивизм как новая парадигма в науках о человеке // Вопросы философии. 2011. № 6. С. 75–81.
- ² Там же. С. 76.
- ³ Термин вводится В.С. Степиным в 1989 г. См.: Степин В.С. Теоретическое знание. М., 2000.
- ⁴ Петренко В.Ф. Указ. соч. С. 77.
- ⁵ Философский энциклопедический словарь / Под ред. С.С. Аверинцева. М., 1989.
- ⁶ Поппер К. Открытое общество и его враги. М., 1992.
- ⁷ Карнап Р. Значение и необходимость. М., 1959.
- ⁸ Merten K., Schmidt S.J., Weischenberg S. Die Wirklichkeit der Medien. Opladen, 1994.
- ⁹ Glaserfeld E. von. Radical constructivism and Piaget's concept of knowledge / In Murray F.B. (Ed.) / Impact of Piagetian theory. Baltimore, 1978.
- ¹⁰ Watzlawick P. Die erfundene Wirklichkeit. Wie wissen wir, was wir zu wissen glauben? München, 1981.
- ¹¹ Глазерсфельд Э. фон. Введение в радикальный конструктивизм // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7, Философия. 2001. № 4. С. 60.
- ¹² Там же. С. 63.
- ¹³ Кезин А.В. Радикальный конструктивизм: познание в пещере // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7, Философия. 2004. № 4. С. 4.
- ¹⁴ Там же. С. 6.
- ¹⁵ Там же. С. 12.
- ¹⁶ Merten K. Konstruktivismus als Theorie der Kommunikationswissenschaft // Medien Journal. 1995. 4. S. 7. («Menschen konstruieren ihre Wirklichkeit subjektiv und eigenverantwortlich. Es gibt demnach so viele Wirklichkeiten, wie es Menschen gibt» [перевод наш. – М.Ч.])
- ¹⁷ Boetzkes C.-E. Organisation als Nachrichtenfaktor. Wie das Organisatorische den Content von Fernsehnachrichten beeinflusst. Wiesbaden, 2008. S. 84.
- ¹⁸ Merten K. Konstruktivistischer Ansatz. In: Bentele, Günter; Fröhlich, Romy; Szyszka, Peter (Hrsg.): Handbuch der Public Relations. Wiesbaden, 2005. S. 139.

- ¹⁹ Boetzkes C.-E. Op. cit. S. 85.
- ²⁰ Früh W. Realitätsvermittlung durch Massenmedien. Opladen, 1994. S. 16.
- ²¹ Липпман У. Общественное мнение М., 2004. (Lippmann W. Public Opinion. New York, 1922.)
- ²² Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995.
- ²³ Луман Н. Реальность масс-медиа. М., 2005. С. 8.
- ²⁴ Там же. С. 25.
- ²⁵ Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / Язык средств массовой информации / Под ред. М.Н. Володиной. М., 2008. С. 13.
- ²⁶ Подробнее см.: Galtung J., Ruge M. The Structure of Foreign News: the Presentation of Congo, Cuba and Syprus in Four Foreign Newspapers // Journal of International Peace Research. 1965; Östgaard E. Factors Influencing the Flow of News. 1965; Schulz W. Die Konstruktion von der Realität in den Nachrichtenmedien. München, 1976; Staab J.F. Nachrichtenwerttheorie. München, 1990; Ruhrmann G., Maier M. Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Opladen, 2003 и др.
- ²⁷ Ср. тезисы У. Джемса, Д. Дьюи и Ф. Шиллера о том, что категория истины в познании ставится в прямую зависимость от ее прагматической (практической) ценности для познающего субъекта. Истинным признается то, что полезно для конкретного индивида и помогает ему в процессе освоения окружающей действительности.