

Научно-теоретическая статья

УДК 1(091)

DOI: 10.25688/2078-9238.2023.47.3.5

МЕДИАКОММУНИКАЦИЯ КАК ФОРМА ПОЗНАНИЯ В ИССЛЕДОВАНИЯХ М. МАКЛЮЭНА И Н. ПОСТМАНА

Черненькая С. В.

Московский городской педагогический университет,

Москва, Россия,

ChernenkayaSV@mgpu.ru; <https://orcid.org/0000-0002-7103-3059>

Аннотация. Автор статьи выделяет, что теории медиа канадского мыслителя М. Маклюэна и его последователя Н. Постмана содержат достаточный интерпретативный потенциал и могут быть использованы в медиафилософии. М. Маклюэн первым обратил внимание философов, лингвистов, социологов на проблему культурных и социальных последствий массового появления новых медиа в обществе.

Главная тема в работах М. Маклюэна и Н. Постмана — как и какие образы действительности формируются под влиянием медиа, как меняется познание под влиянием медиа, как целесообразно использовать медиа в образовании и других сферах — не теряет своей актуальности. В статье ставится задача — рассмотреть подходы М. Маклюэна и Н. Постмана к медиакоммуникации как к форме познания и показать, что их теории медиа должны рассматриваться не исключительно ради самих себя, но в систематически-реконструктивном аспекте как модели, позволяющие использовать их при разработке теории коммуникации как формы познания.

Ключевые слова: коммуникация, познание, теория медиа, медиаконцепт, медиакоммуникация

Для цитирования: Черненькая С. В. Медиакоммуникация как форма познания в исследованиях М. Маклюэна и Н. Постмана // Вестник МГПУ. Серия «Философские науки». 2023. № 3 (47). С. 59–67. DOI: 10.25688/2078-9238.2023.47.3.5

Scientific and theoretical article

UDC 1(091)

DOI: 10.25688/2078-9238.2023.47.3.5

**MEDIA COMMUNICATION AS A FORM OF COGNITION
IN THE RESEARCH OF M. MCMILAN AND N. POSTMAN****Svetlana V. Chernenkaya**

Moscow City University,

Moscow, Russia,

ChernenkayaSV@mgpu.ru; <https://orcid.org/0000-0002-7103-3059>

Abstract. The author of the article highlights that the media theories of the Canadian thinker M. McLuhan and his follower N. Postman contain sufficient interpretative potential and can be used in media philosophy. M. McLuhan was the first to draw the attention of philosophers, linguists, sociologists to the problem of cultural and social consequences of the mass appearance of new media in society.

The main topic in the works of M. McLuhan and N. Postman — how and what images of reality are formed under the influence of media, how cognition changes under the influence of media, how it is advisable to use media in education and other spheres — does not lose its relevance. The article aims to consider the approaches of M. McLuhan and N. Postman's approach to media communication as a form of cognition and show that their media theories should be considered not solely for their own sake, but in a systematic and reconstructive aspect as models that allow them to be used in the development of communication theory as a form of cognition.

Keywords: communication, cognition, media theory, media concept, media communication

For citation: Chernenkaya, S. V. Media communication as a form of cognition in the research of M. McLuhan and N. Postman. *MCU Journal of Philosophical Sciences*, 3 (47), 59–67. <https://doi.org/10.25688/2078-9238.2023.47.3.5>

Введение

Имя канадского исследователя Г. М. Маклюэна, одного из представителей Торонтской школы коммуникации, хорошо известно в медиадиалогии. Он считается классиком, хотя оценка его исследований противоречива. Его теория медиа чаще других служила объектом дискуссий и критики. Работы Маклюэна тематизировали и критиковали с самых разных точек зрения. Я приведу основания критиков и последователей Маклюэна и затем более подробно остановлюсь на последних, выделяя эвристический потенциал теории медиа М. Маклюэна и его последователя Н. Постмана. Согласно позиции таких теоретиков коммуникации, как П. Лазерфельд, Г. Д. Лассуэл и др., игнорировавших исследования М. Маклюэна, они не являются академическими. Маклюэна обвиняли в том, что в его работах вопросов больше, чем ответов, что он позволяет себе вторгаться на территорию других

научных дисциплин и т. д. М. Маклюэн сравнивал себя с Луи Пастером, объясняющим врачам, что их злейший враг невидим и неизвестен. Современное общество, писал он, находится в состоянии «нарциссического» самогипноза, при котором человек не замечает духовных и социальных последствий новых технологий. В момент, когда новое мировосприятие, созданное средствами массовой коммуникации, становится всеобъемлющим и меняет наш сенсорный баланс, оно также становится для нас невидимым, естественным, на что многочисленные критики М. Маклюэна отвечали, что Л. Пастер в конечном счете предоставил объективные доказательства своей микробной теории, в отличие от М. Маклюэна, использовавшего часто художественную литературу как доказательную базу в своих исследованиях медиа.

Маклюэн был одним из первых академических преподавателей, появившимся в прессе и на телевидении и снискавшим огромную популярность в том числе благодаря своим запоминающимся афоризмам и метафорам среди молодежной аудитории. Это даст дополнительный стимул его научным оппонентам для жесткой критики и отрицания «маклюэнства».

Согласно позиции его последователей, и в их числе Н. Постман, противоречия в теории М. Маклюэна, метафоричность утверждений не отменяют его вклад в современные исследования медиа и становление теории коммуникации как науки. Междисциплинарность, в которой упрекали М. Маклюэна, выделяется сегодня как один из признаков современной науки. Свойственный ему междисциплинарный подход является ключом к пониманию не только теории самого канадского ученого, но и современных исследований в области медиа.

М. Маклюэн первым обратил внимание философов, лингвистов, социологов на проблему культурных и социальных последствий массового появления новых медиа в обществе. Свою теорию медиа он называл трансформационной в отличие от трансмиссионных теорий медиа, исследовавших медиа как канал, передающий сообщения, но не изменяющий их.

При всей неоднозначности прочтений и оценки работ М. Маклюэна нельзя не признать, что теория медиа канадского мыслителя содержит достаточный интерпретативный потенциал и вместе с работами его последователей, Н. Постмана и др., может быть использована в философии, в частности при изучении коммуникации как формы познания.

Постановка проблемы

Среди современных медиаисследователей общепринятой является точка зрения, согласно которой медиа не только транслируют образы окружающей действительности, но и конструируют их [Архангельская, 2008, с. 228–232; Архангельская, 2010, 291 с.; Чумакова, 2015, 12 с.; Черненькая, 2019, с. 90–95; Чканикова, 2009, с. 132–141]. Но теоретические и эмпирические исследования

медиа, как правило, являлись и являются внутридисциплинарными, осуществляющимися отдельными социально-гуманитарными дисциплинами (лингвистикой, социологией, психологией и др.) в сфере языка и речевых актов. Коммуникация (медиакоммуникация) не рассматривается как эпистемологическая проблема. Выделение коммуникации (медиакоммуникации) как определенной формы познания требует исследования медиа как среды, транслирующей и генерирующей новые смыслы. Безусловно, М. Маклюэн, а позже — и его последователь Н. Постман — были первыми, кто выделял медиа как среду, влияющую и трансформирующую сознание коммуникантов, и писал о необходимости понимания медиа как формы познания.

В статье ставится задача — рассмотреть подходы М. Маклюэна и Н. Постмана к медиакоммуникации как форме познания и показать, что их теории медиа должны рассматриваться не исключительно ради самих себя, но в систематически-реконструктивном аспекте как модели, позволяющие использовать их при разработке теории коммуникации как формы познания.

Методология исследования

Работа была проведена с учетом опыта отечественных и зарубежных социально-философских исследований медиа, на основе компаративного анализа теорий медиа М. Маклюэна и Н. Постмана. Особо следует отметить идею медиасознания, которая становится, с точки зрения автора, одной из ключевой в современных медиаисследованиях.

Результаты исследования

Выделяя основные тенденции в исследованиях медиакоммуникации М. Маклюэна и Н. Постмана, начнем со знаменитой формулы канадского исследователя — *Medium is the message* — «средство коммуникации само является сообщением» [Маклюэн, 2007, с. 6]. Как отмечал М. Маклюэн, мы отвлекаемся на содержание сообщения (*content*), упуская, что средство коммуникации также несет информацию и влияет на наше восприятие сообщения. В схеме М. Маклюэна выделяется не столько передача сообщения от адресанта к адресату в процессе коммуникации, сколько их одновременная трансформация в процессе коммуникации [Маклюэн, 2005, 495 с.; Маклюэн, 2007, 462 с.]. Вопрос, следовательно, состоит не только в том, что передается медиа, но и в том, как, в каком культурном контексте и какое медиа передает сообщение.

Постман, принимая данную формулу Маклюэна и продолжая его линию исследований, применяет телеологический подход к медиа. Изучая медиа, следует четко выделять цель, которая ставится в процессе распространения информации. В современном обществе, согласно Постману, целью медиа

является не трансляция содержательной информации, а обеспечение быстрого доступа к любой информации. Как отмечает Н. Постман, средства массовой информации несут неупорядоченную, фрагментарную, вырванную из контекста, никому конкретно не предназначенную информацию (в современной культуре можно говорить не только о «смерти автора», но и о «смерти читателя»), которая фактически выступает как дезинформация. Отбор сообщений осуществляется на основе таких критериев, как сенсационность, тривиальность, новизна, зрелищность. Таким образом, происходит отделение содержания от информации и элиминация смысла.

Вопрос о трансформации миропонимания под воздействием медиа поднимал и Г. М. Маклюэн, отмечая нежелание современных исследователей изучать данный вопрос, предпочитающих, по его словам, входить в будущее спиной. Медиа, писал он, не только стали второй природой человека, но им присущ мидасов эффект: как только в культуре происходит усиление какого-либо медиа, начинают меняться все социальные институты, стараясь встроить в себя эту технологию. Электронные медиа обеспечивают практически непрерывные изменения культуры, ценностей и мировоззрений, приводя к потере идентификации, стрессам, апатии и т. д. Понимать революционные перемены в культуре и социуме, происходящие благодаря медиа, предвосхищать их и управлять ими невозможно без осознания их воздействия на культуру и социум. Понимая медиа, изучая трансформацию нашего познания под влиянием медиа, мы получаем возможность контролировать их [Маклюэн, 2007, 462 с.; Маклюэн, 2012, 221 с.].

Н. Постман, как и М. Маклюэн, отмечает, что современные медиа, прежде всего телевидение и Интернет, манипулируют нашим сознанием [Postman, 1970, p. 160–168; Postman, 1985, p. 27–34.]. Книжный текст требовал умения следовать за мыслью автора, различать аргументы, утверждения и личную позицию автора. Современные медиа действуют иначе: преподносимая информация, как правило обладающая суггестивным эффектом, исчезает, прежде чем зритель/пользователь успевает рационально осмыслить ее содержание. Электронные медиа могут не только навязывать интерпретацию определенного содержания, но и не отделять факты от интерпретации, демонстрировать несуществующие события, вырывать сообщение из контекста и т. д., притупляя критическую рефлексию. Поток разнородной информации не позволяет выстроить ее в линейно-последовательной, рациональной перспективе.

Один из манипулятивных эффектов медиа Н. Постман демонстрирует на примере концептов «детство» и «взрослость», которые, по мнению исследователя, благодаря медиа размываются и исчезают в современной культуре. Определяя концепты, Н. Постман опирается на известную схему истории культуры М. Маклюэна, связавшего определенные этапы в культуре с появлением новых технологий. Согласно позиции Н. Постмана, распространение грамотности повлияло на концептуализацию детства. В устной культуре ребенок, имея доступ ко всем источникам информации и формам поведения,

практически не отличался от взрослого. Возникновение печати создало новый мир символов, отделивший мир взрослого от мира ребенка. Для детей были закрыты такие сферы жизни, как экономика, политика, секс и др., и не только по причине неграмотности, но и по инициативе взрослых, выделявших взрослость как некую привилегированность, связанную с возможностью и умением рассуждать, высказать собственное мнение, принимать решения. Подобное разделение проявлялось и внешне: существовали детские модели поведения, речь, литература, одежда, пища, игры и т. д.

Информационный переворот в культуре, связанный с массовым распространением радио и телевидения, способствовал, согласно Н. Постману, стиранию границ между миром взрослых и детей. Телевидение, писал он, предпочитает население, состоящее из трех возрастных групп: с одной стороны, младенчество, с другой — старость, а между ними — группа неопределенного возраста, где всем между 20 и 30 годами и они остаются в таком состоянии, пока не наступает пенсия [Postman, 1985, p. 30]. Исследуя телевидение, Постман отмечал, что оно формирует новый тип мышления — мышление взрослого ребенка, отличающееся конкретностью, образностью, фрагментарностью и мозаичностью. Поясняя произошедшую модификацию сознания, Постман приводит пример из сказки Л. Кэрролла. Алиса, обнаружив, что в книге ее сестры нет ни картинок, ни историй, спрашивает: «А какой в книге смысл, если в ней нет ни картинок, ни разговоров?» Интерпретируя эту цитату из Кэрролла, Постман пишет: «Иллюстративный и нарративный жанр ниже по уровню сложности и зрелости, чем представление. Картинки и истории — естественная форма познания мира для детей, абстрактные и обобщающие суждения — для взрослых» [Postman, 1994, p. 43]. Потребность в визуальных образах и нарративе, заключает он, — это последствие распространения «образной политики» телевидения.

Анализируя многочисленные примеры телерекламы, в частности косметических средств, в которых показывают мать и дочь, и затем просят угадать, кто из них кто, Постман пишет, что в нашей культуре считается желанным, чтобы мать не выглядела старше дочери, или чтобы дочь не выглядела младше матери. Другими словами, поведение, привычки, желания и даже внешний вид взрослых и детей становятся неотличимыми. «... 11-летние носят тройки на вечеринке в честь дня рождения, 61-летние носят джинсы на вечеринке в честь дня рождения. 12-летние девочки ходят на шпильках, 52-летние носят кроссовки. <...> Язык детей и взрослых также трансформировался. <...> С таким беспощадным раскрывателем секретов как телевидение, секреты языка трудно хранить, и для меня вполне вообразимо, что в ближайшем будущем мы вернемся к ситуации XIII–XIV веков, когда никакие слова не считались неподходящими для детских ушей» [Postman, 1994, p. 45].

На примере политических телепередач Постман демонстрирует трансформацию политического сознания. Данную тему — образ политика в телешоу — поднимал и М. Маклюэн. Телезрителям предлагают не идеи политиков

и их обоснование, подтверждение или опровержение фактов, используемых ими (формат телепередачи не позволяет это сделать), а яркие и запоминающиеся зрительные образы. Зрители не соглашаются или полемизируют с политиками, а либо любят, либо не любят их. В эпоху визуальных медиа политическая грамотность означает набор картинок в сознании потребителя вместо словесных конструкций в ней. Политику, появляющемуся на экране, писал он, необходима не тщательно артикулированная и снабженная доказательной базой позиция по самым разным вопросам, подкрепленная исторической справкой, экономическим, социологическим и политическим анализом, а серия тридцатисекундных телереклам, создающая определенный образ.

Большинство новостных телепередач строится по принципу «А теперь... о другом», способствуя фрагментаризации получаемой информации. Посредством этой фразы, отмечает Постман, фиксируется и закрепляется в сознании зрителя, что мир, предложенный медиа, не имеет порядка или смысла. После сюжета о землетрясении дается информация о спортивном матче или прогноз погоды. То, что было только что услышано или просмотрено, не имеет отношение к тому, что будет далее. Соответственно, предыдущие сюжеты должны быть стерты из нашего сознания посредством произнесения диктором фразы: «А теперь... о другом». Презентизм, фрагментарность, избыточность информации, транслируемой медиа, блокируют, по утверждению Постмана, способность современного человека адекватно реагировать на нее. Сообщение, информация, понимание оказались не связанными между собой элементами коммуникации [Черненко, 2015, с. 49].

Возможный способ изменить ситуацию Постман видит, как в свое время М. Маклюэн, в формировании медиасознания как общества в целом, так и личности в частности. Медиасознание означает способность критически контролировать информацию, выделяя в ее потоке действительно важные по последствиям для жизни личности и общества данные. В настоящее время, пишет Постман, медиаграмотность, которой обучают в школе и других учебных заведениях, направлена на то, чтобы использовать информационные технологии в обучении, тогда как необходимо использовать обучение для развития личности, способной контролировать информацию, получаемую посредством медиа.

Заключение

Главные темы в работах М. Маклюэна и Н. Постмана — как и какие образы действительности формируются под влиянием медиа, как меняется познание под влиянием медиа, как целесообразно применять медиа в образовании и других сферах, — не теряют своей актуальности. Их идеи могут быть использованы в современных философских исследованиях, рассматривающих коммуникацию, в том числе медиакоммуникацию, как форму познания.

Список источников

1. Архангельская И. Б. Г. М. Маклюэн и его книга «Понимание средств коммуникации: продолжение человека» // Филология. Искусствоведение Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2008. № 4. С. 228–232.
2. Архангельская И. Б. Маршалл Маклюэн. Нижний Новгород: Нижегород. коммерч. ин-т, 2010. 291 с.
3. Чумакова В. П. Роль Герберта Маршалла Маклюэна в социологии медиа и формировании научного направления «медиаэкологии» // Медиаскоп. 2015. № 1. 12 с.
4. Черненкокая С. В. Гермeneвтические практики в современном образовательном пространстве // Вестник МГПУ. Серия: Философские науки. 2019. № 2 (30). С. 90–95.
5. Черненкокая С. В. Некоторые вопросы преподавания курса по философии науки в вузе // III Всероссийская конференция по науковедению и наукометрии. Тезисы докладов. М.: Инженер, 2015. С. 48–51.
6. Чканикова А. А. Размышление над книгой Н. Постмана «Исчезновение детства» // Прикладная юридическая психология. 2009. № 2. С. 132–141.
7. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. 2-е изд. М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007. 462 с.
8. Маклюэн Г. М. Галактика Гутенберга: становление человека печатающего. М.: Акад. Проект; Мир, 2005. 495 с.
9. Маклюэн М., Фиоре К. Война и мир в глобальной деревне. М.: АСТ; Астрель, 2012. 221 с.
10. Postman N. The Reformed English Curriculum / ed. A. C. Eurich. High School 1980: The Shape of the Future in American Secondary Education, Pitman. New York, 1970. P. 160–168.
11. Postman, N. Amusing Ourselves to Death. Penguin Books. 1985. In: Vermeer Jan. P. In «Media» Res: Readings in Mass Media and American Politics. N.Y.: McGraw-Hill, Inc. 1995. P. 27–34.

References

1. Arkhangel'skaya, I. B. (2008). G. M. Makliuen i ego kniga «Ponimanie sredstv kommunikatsii: prodolzhenie cheloveka» [G. M. McLuhan and his book "Understanding the means of communication: the continuation of man"]. *Philology. Art History Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N. I. Lobachevsky*, 4, 228–232. (In Russian).
2. Arkhangel'skaya, I. B. (2010). *Marshall Makliuen [Marshall McLuhan]*. Nizhny Novgorod: Nizhegorodsky commercial institute. 291 p. (In Russian).
3. Chumakova, V. P. (2015). Rol' Gerberta Marshalla Makliuena v sotsiologii media i formirovaniy nauchnogo napravleniya «mediaekologii» [The role of Herbert Marshall McLuhan in the sociology of media and the formation of the scientific direction of "media ecology"]. *Mediascope*, 1, 12 p. (In Russian).
4. Chernenkaya, S. V. (2019). Hermenevticheskie praktiki v sovremennom obrazovatel'nom prostranstve [Hermeneutical practices in the modern educational space]. *MCU Journal of Philosophical Sciences*, 2 (30), 90–95. (In Russian).
5. Chernenkaya, S. V. (2015). Nekotorye voprosy prepodavaniia kursa po filosofii nauki v vuze [Some questions of teaching a course on the philosophy of science at a university]. *III All-Russian Conference on Science and Scientometry. Abstracts of reports*. P. 48–51. (In Russian).

6. Chkanikova, A. A. (2009). Razmyshlenie nad knigoi N. Postmana «Ischeznovenie detstva» [Reflection on N. Postman's book "The Disappearance of childhood"]. *Applied Legal Psychology*, 2, 132–141. (In Russian).

7. McLuhan, G. M. (2007). *Ponimanie media: vneshnie rasshireniia cheloveka* [Understanding media: external human extensions]. 2nd ed. Moscow: Hyperborea; Kuchkovo field. 462 p. (In Russian).

8. McLuhan, G. M. (2005). *Galaktika Gutenberga: stanovlenie cheloveka pechataiushchego* [Gutenberg Galaxy: the Formation of a printing man]. Moscow: Akad. Project; Mir. 495 p. (In Russian).

9. McLuhan M., & Fiore K. (2012). *Voina i mir v global'noi derevne* [War and peace in the global village]. Moscow: AST; Astrel. 221 p. (In Russian).

10. Postman, N. (1970). *The Reformed English Curriculum* [The Reformed curriculum in English]. Ed. A. S. Evrich. Secondary School 1980: The Shape of the Future in American secondary education, Pitman. New York. P. 160–168.

11. Postman, N. *Amusing Ourselves to Death*. Penguin Books. 1985. In: Vermeer Jan. P. In «Media» Res: Readings in Mass Media and American Politics. N. Y.: McGraw-Hill, Inc. 1995. P. 27–34.

Информация об авторе / Information about the author:

Черненкокая Светлана Васильевна — кандидат философских наук, доцент общеуниверситетской кафедры философии и социальных наук Института гуманитарных наук МГПУ, Москва, Россия.

Chernenkaya Svetlana Vasil'evna — PhD (Philosophy), Docent of the All-university Department of Philosophy and Social Sciences, Institute of Human Sciences, Moscow City University, Moscow, Russia.

ChernenkayaSV@mgpu.ru; <https://orcid.org/0000-0002-7103-3059>