

УДК 82

**Г.М. МАКЛЮЭН И ЕГО КНИГА
«ПОНИМАНИЕ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ: ПРОДОЛЖЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА»**

© 2008 г.

И.Б. Архангельская

Нижегородский коммерческий институт

arhangelskaya@nki.nnov.ru

Поступила в редакцию 10.06.2008

Анализируется основополагающий труд теоретика медиа Г.М. МакЛюэна «Понимание средств коммуникации: Продолжение человека» (1964). Рассмотрен ряд дискуссионных вопросов, касающихся его основных положений, в том числе различные трактовки знаменитого тезиса ученого *medium is the message*. В научный оборот введены новейшие работы американских и канадских исследователей МакЛюэна: П. Левинсона, Д. Мейровица, М. Федермана, Д. Теолла, К. Болдуина и др.

Ключевые слова: Г.М. МакЛюэн, понимание средств коммуникации, медиа, теория коммуникации.

Герберт Маршалл МакЛюэн (Herbert Marshall McLuhan, 1911–1980) известен во всем мире как автор теории, согласно которой качественные сдвиги в истории человечества связаны с появлением новых технических средств коммуникации. Знаменитые фразы Г.М. МакЛюэна «*medium is the message*» («средство информации является сообщением») и «*global village*» («глобальная деревня» – о современном мире) стали устоявшимися клише. Предметом научных интересов ученого на разных этапах жизни были литература, массовая культура, теория коммуникации.

Статус медиагуру МакЛюэн приобрел после публикации книги «Понимание средств коммуникации: Продолжение человека» (*Understanding Media: the Extensions of Man*, 1964), опубликованной два года спустя после «Галактики Гуттенберга: Сотворения человека печатной культуры» (*The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, 1962). Первое издание «Понимания средств коммуникации» разошлось довольно быстро тиражом 100 000 экземпляров. С 1964 г. книга переиздана уже десять раз.

В течение многих лет МакЛюэн делал заметки о средствах коммуникации: печати, радио, кинематографе, телевидении – и хранил их в отдельных папках. Несмотря на многочисленные повторы, по сравнению с «Галактикой Гуттенберга» эта работа лучше структурирована.

В первой «теоретической» части «Понимания средств коммуникации» рассмотрены основные положения теории МакЛюэна, включающие аксиому «*medium is the message*», концепцию «горячих» и «прохладных» медиа, мысль о средствах коммуникации как продол-

жении человека, размышления о роли научных открытий в возникновении новых технологий, о движущей роли коммуникаций в развитии индивидуума и цивилизации в целом.

Вторая часть посвящена анализу отдельных медиа, среди которых – речь, письмо, дороги, числа, одежда, жилище, деньги, часы, комиксы, автомобиль и другие транспортные средства, реклама, игры, телеграф, печатная машинка, телефон, фонограф, кинофильмы, радио, телевидение, оружие. Проблема печатной культуры и печатных СМИ рассматривается в нескольких главах с разных позиций: история печати, ее роль в жизни общества и перспективы в эпоху электронных СМИ, влияние газет и журналов на общественное мнение, типографская культура и национализм.

Эрик МакЛюэн, сын ученого, в одной из статей вспоминал о том, как его отец работал над «Пониманием средств коммуникации». Стиль книги, как утверждает Э. МакЛюэн, был намеренно провокационным и больше напоминал художественное произведение, чем академический труд. Для того чтобы книга соответствовала требованиям научного исследования, М. МакЛюэн долго искал ответ на вопрос, что по сути своей является научным утверждением («*what constitutes a scientific statement?*»). Ответ он нашел в книге К. Поппера «Объективное знание» (Popper, K. *Objective Knowledge*): «То, что сформулировано так, что нельзя опровергнуть». По словам Э. МакЛюэна, это утверждение Поппера стало критерием для маклюэновских аксиом и законов медиа [1, р. 201–202].

Заголовки каждой главы «Понимания средств коммуникации», посвященные различ-

ным видам медиа, лаконичны и афористичны: «Жилище – новый взгляд и новая перспектива» (Housing: New Look and New Outlook), «Деньги – кредитная карточка бедняка» (Money: The Poor Man's Credit Card), «Радио – первобытный барабан» (Radio: The Tribal Drum), «Телевидение – робкий гигант» («Television: The Timid Giant») и др. Они не столь описательны и многословны, как названия глав «Галактики Гутенберга», в них ощутимо влияние стиля писателей-модернистов, особенно искрометных идиом Д. Джойса. Эти фразы являются доказательством литературного таланта МакЛюэна, его искусства владения словом.

Многие фразы из «Понимания средств коммуникации» стали популярными цитатами. Некоторые заголовки содержат неперевожимую игру слов, основанную на обыгрывании названий известных художественных произведений, поговорок. МакЛюэн часто прибегает к аллитерации для придания фразам лучшего фонетического звучания. Так, название главы «Рекламные объявления: Расстраиваясь вместе с Джонсами» («Ads: Keeping upset with the Jones») – парафраз известной англо-американской поговорки «Keeping up with the Jones» («Не отставать от Джонсов»), что подразумевает стремиться прежде всего к приобретению материальных благ, быть не хуже соседей. Глава «Гибридная энергия: Опасные связи» («Hybrid Energy: Les Liaisons Dangereuses») соединяет английскую фразу с названием известного французского эпистолярного романа эпохи Просвещения Ш. Де Лакло. «Устное слово: Цветок зла?» («The Spoken Word: Flower of Evil») – вторая часть заглавия обыгрывает название поэтического сборника Ш. Бодлера «Цветы зла». «Письменное слово – глаз за ухо» («The Written Word: An Eye for an Ear») – эта фраза отсылает нас к библейскому «око за око». На аллитерации и обыгрывании известного устойчивого словосочетания «earning a living» («зарабатывать на жизнь») построено название последней главы книги «Automation: Learning a Living» («Автоматизация: Изучая жизнь»).

В тексте «Понимания средств коммуникации» МакЛюэн проявил себя как мастер слова. Не случайно американский исследователь Ч.А. Болдуин называет маклюэновский метод анализа коммуникации и построения теории медиа «скрытой риторикой» (concealed rhetoric) [2]. По мнению критика, именно владение словом, искусство убеждения сделали теорию коммуникации МакЛюэна такой популярной, а имя ученого широко известным.

Интересное мнение о «Понимании средств коммуникации» высказал канадский исследова-

тель, профессор факультета коммуникации Университета Нью Хэмпшира, Дерхем (University of New Hampshire, Durham) Джошуа Мейровиц (Joshua Meyrowitz). Проанализировав эту книгу МакЛюэна, он пришел к выводу о том, что данный труд нельзя считать научным, т.к. в нем отсутствуют четкая структура и логика, доказательная база достаточно слабая, отсутствуют ссылки на научные труды, нет списка литературы в конце издания. Мейровиц полагает, что «Понимание средств коммуникации» представляет собой необычный жанр, в котором серьезные темы и научные положения представлены в виде так называемых экспериментов-«проб» и деклараций, которые хороши для цитирования, но не имеют под собой научной основы. Критик упрекает МакЛюэна в том, что в своем труде он не обозначил четкие методы исследования, цели и задачи, предметом изучения часто оказываются не ключевые, а периферийные проблемы, а используемая терминология (например, «горячие» и «прохладные СМК») достаточно туманна и непонятна ни научному сообществу, ни широкой общественности [3].

Вместе с тем, Мейровиц признает, что в трудах МакЛюэна есть и креативность, и смелость (creativity and daring) [3, p. 200]. Критик отмечает, что энциклопедические знания, которые канадский коммуникативист демонстрирует в своих работах, в сочетании с анализом массовой культуры, в том числе телевидения, стали определенным прорывом в теории медиа, а также способствовали значительному росту интереса к затронутым МакЛюэном проблемам как среди представителей научного сообщества, так и среди непрофессионалов.

Ф. Марчанд отмечает, что «Понимание средств коммуникации» подверглось, по желанию автора, серьезной редакции с целью сделать текст более простым для восприятия [4, p. 169]. В книге нет длинных цитат на целую страницу, мысли автора понятны и человеку из академической среды, и так называемому «среднему» читателю. Редакторы посоветовали МакЛюэну убрать многочисленные выдержки из чужих работ, чтобы облегчить восприятие текста.

Тем не менее и в «Понимании средств коммуникации» можно встретить множество ссылок на работы философов, ученых, писателей и поэтов разных эпох, мнения которых образуют своеобразную полифонию научно-популярного дискурса. В этой книге автору удалось соединить междисциплинарное исследование, литературные экскурсы и футурологические прогнозы.

Если «Галактика Гутенберга» посвящена в большей степени истории письменности и печатной культуры, то в «Понимании средств коммуникации» канадский ученый рассматривает и другие медиа, и их роль в формировании цивилизации, определенное внимание он также уделяет проблеме пространства и времени. Автор констатирует связь между научными открытиями, внедрениями технологий и появлением новых коммуникативных технологий, которые поднимают общество на качественно новую ступень развития.

Первая глава книги, которая с 1964 г. стала предметом многочисленных дискуссий, начинается с анализа известной маклюэновской формулы «the medium is the message» («средство сообщения само является сообщением»). Используемые в ней определенные артикли подчеркивают желание автора вывести универсальный закон, т.е. правило, применимое ко всей системе коммуникации. Американский исследователь Ч.А. Болдуин полагает, что вся теория медиа М. МакЛюэна сконцентрирована именно в этой фразе [2, p. 354].

Большинство исследователей и поклонников, прочитавших этот труд, уверено: МакЛюэн хотел сказать, что тип и форма медиа (generic form of media) важнее того значения (meaning) или содержания (content), которое оно передает, т.е. сама форма средства коммуникации меняет наше сознание. Именно так определен смысл высказывания в «народном» сетевом словаре «Википедия» [5], который в какой-то степени является воплощением пророчеств МакЛюэна о «глобальной деревне» и «коллективном разуме».

Однако не все согласны с таким определением. Ряд критиков и оппонентов канадского коммуникативиста считают это высказывание очередной кричащей фразой ученого, призванной привлечь внимание к его персоне.

Некоторые исследователи дают свои трактовки знаменитой формулы. Так, один из руководителей Программы МакЛюэна в Университете Торонто Марк Федерман уверен, что объяснение знаменитой фразы канадского медиа-пророка неправильно понято. Согласно Федерману, М. МакЛюэн был обеспокоен тем, что, наблюдая разные явления, мы сосредоточены на очевидном. Таким очевидным заблуждением Федерман считал толкование фразы «medium is the message» как «средство коммуникации само по себе есть содержание». Ученый полагал, что, когда мы создаем что-то новое или предлагаем новую идею, нам кажется, мы знаем, что это собой представляет и что способно заменить, зачем нам это нужно, какая от этого будет поль-

за или вред. Но спустя некоторое время, утверждает Федерман, мы оглядываемся назад и замечаем последствия экономического, политического, культурного, религиозного и др. характера, которые не смогли предугадать. Новаторы, по мнению критика, не всегда принимают во внимание контекст, в котором появляется открытие, и готовность к нему общества, а общество, в свою очередь, часто не замечает перемен [6].

Если вспомнить маклюэновское высказывание о том, что послание (message) ведет к «изменению масштаба, темпа или модели» (the change of scale or pace or pattern) [7, p. 9], которые новация вносит в нашу жизнь, то тогда Федерман прав, утверждая, что не содержание, то есть не столько использование новой идеи, продукта или услуги столь важно, сколько связанные с этим перемены, изменение существующих взаимосвязей в окружающей среде, т.е. контекста. Федерман приводит слова МакЛюэна о том, что содержание часто отвлекает нас от природы коммуникации (it is only too typical that the «content» of any medium blinds us to the character of the medium) [7, p. 9] и делает вывод о том, что природа средства коммуникации (character of the medium) является сообщением. Федерман призывает помнить о том, что именно изменения в социально-культурной среде свидетельствуют о появлении нового «послания», предупреждающего о последствиях внедрения нового средства коммуникации.

Фраза «medium is the message» приобретает иной смысл, который можно охарактеризовать следующим образом: «Новое средство коммуникации несет новый тип информации». Несомненно, толкование Федермана правильно, как и определения большинства почитателей теории МакЛюэна. Многие фразы канадского ученого имеют несколько объяснений. Как и произведения Джойса, Паунда, Элиота, критики постоянно расшифровывают тексты МакЛюэна, каждый раз находя в них новый смысл.

Пол Левинсон, размышляя о смысле знаменитого афоризма «the medium is the message» пишет, что использование средства коммуникации имеет большее значение, чем содержание передаваемого сообщения. Левинсон считает, что смысл послания зачастую отвлекает нас от осознания важности средства передачи информации. Пользователи электронных средств связи, по мнению критика, разговаривая по телефону или общаясь по электронной почте, сами становятся бестелесным содержанием (disembodied content). Левинсон напоминает, что именно речь является старейшей формой обще-

ния, а содержание средства коммуникации (content of a medium) – это всегда предыдущая его форма, как, например, содержанием кинофильма может быть роман [8, р. 35–43]. Левинсон не сказал что-то новое, не сделал открытия, а лишь привлек внимание к некоторым положениям, на которые обращал внимание сам МакЛюэн. Следует помнить, что один из смыслов, который ученый вложил в знаменитую аксиому, раскрывает его другая формула: «содержание средства коммуникации это всегда другое средство коммуникации» («the content of a medium is always another medium» [7, р. 8]). Таким образом, можно утверждать, что Левинсон точно понимает ход мыслей канадского коммуникативиста.

Аксиома «the medium is the message», как утверждал сам автор, возникает «в момент истины и откровения, из которого и рождается новая форма» под влиянием фразы из поэзии У. Блейка «we become what we behold» («мы становимся тем, что мы лицезреем»). В «Понимании средств коммуникации» МакЛюэн часто обращается к художественным текстам для иллюстрации своих мыслей. Так, например, цитата из «Ромео и Джульетты» У. Шекспира, в которой влюбленный Ромео описывает свои ощущения, стоя перед окном возлюбленной: «...but soft! what light through yonder window breaks? It speaks and yet says nothing» («...но мягкий! Какой свет прорывается из твоего окна? Он говорит и между тем молчит», – по мнению ученого, очень подходит для характеристики телевизионного экрана [7, р. 9]). Если верить МакЛюэну, то у Шекспира во многих текстах можно найти характеристики медиа, которых во времена английского драматурга не существовало. МакЛюэн во всем видит борьбу старых и новых средств коммуникации, предвидение новых медиа, удачные определения письма, печати, радио и телевидения.

Наиболее глубоко, на наш взгляд, к пониманию знаменитой формулы МакЛюэна подошел Д. Мейровиц. По мнению исследователя, МакЛюэн этой фразой хотел выразить мысль о том, что любой артефакт, независимо от того, является ли он средством коммуникации, выступает в качестве сообщения для общества в целом, его культуры путем формирования определенной модели человеческого мышления и поведения, взаимодействия его членов между собой [3, р. 197].

МакЛюэну присущ оригинальный взгляд. Он обращает внимание на то, что электричество является одним из средств коммуникации, хотя и не несет никакого послания. По мнению ученого, компания «Дженерэл Электрик» делает прибыль не на продаже электрических ламп, а

на движении информации (moving information) [7, р. 9]. Несомненно, каждая трактовка знаменитого высказывания МакЛюэна выражает определенный подход к его теории и имеет право на существование. Однако главным, на наш взгляд, в формуле «medium is the message» является технологический подход к средствам коммуникации. Каждая технология, утверждает канадский ученый, несет свое сообщение определенной аудитории. Сообщение может быть по-разному понято и расшифровано, может иметь иное значение в зависимости от того, в какую оболочку оно упаковано: рукопись, печатный текст, устное высказывание, радио или телевизионную передачу (причем жанр текста и передачи влияют на смысл сообщения). Для того чтобы коммуникация состоялась, необходимо, чтобы адресат был хорошо знаком со средством коммуникации, которое использовано для передачи информации, мог его расшифровать, понимая суть высказывания, при этом учитывая контекст, подтекст, особенности средства коммуникации.

Размышляя о популярности «Галактики Гутенберга» и «Понимания средств коммуникации» – книг, которые привлекли внимание многих выдающихся людей своего времени: композиторов Д. Кейджа и Ф. Заппа, президентов Г. Хамфри и П. Трюдо, режиссера В. Алена и др., канадский исследователь Д. Теолл признавал, что в этих работах МакЛюэна больше поэтического языка, чем философии. Афоризм «the medium is the message», по мнению критика, может, как и мистические мантры, иметь много значений и породить много толкований в зависимости от нового подхода или точки зрения, метода исследования, восприятия, отношения к новым технологиям [9, р. 12–13]. Возможно, высказывание Теолла справедливо и объясняет причину, по которой специалисты из самых разных областей знания находят в работах МакЛюэна предмет для исследования в своей сфере.

Рассуждая о коммуникативном пространстве, он не раз обращался к точным наукам. Такой подход к исследованию ученый перенял у своего друга, архитектора Зигмунда Гидеона, который в своей книге «Механизация берет управление в свои руки» (*Mechanization Takes Command*, 1948), анализировал разные виды пространства в искусстве с учетом последних достижений в электромеханике. Следуя примеру Гидеона, МакЛюэн рассматривает коммуникативное пространство в параллели с развитием научных идей в физике. Мир печатной культуры, так называемая «Галактика Гутенберга»,

для МакЛюэна имеет «линейный, гомогенный характер ньютоновского пространства». Открытие в 1905–1906 гг. А. Эйнштейном теории относительности, частью которой была теория единого пространства и времени, канадский ученый связывает с революцией в области СМК – изобретением телефона, телеграфа, затем электронных СМИ. Эти открытия, как утверждает МакЛюэн, привели к распаду галактики Гутенберга и возникновению многомерного коммуникативного пространства, которое в любой момент могло соединиться в одну точку. Об этом новом мире МакЛюэн писал: «Время прекратило свое существование, пространство исчезло. Мы теперь живем в глобальной деревне... где все происходит одновременно» («“Time” has ceased, “space” has vanished. We now live in a global village... simultaneous happening») [10, p. 63].

Следует признать, что при всей противоречивости концепции коммуникативного пространства М. МакЛюэна в ней есть определенная логика. Если теория «глобальной деревни» не до конца понятна человеку телевизионной эпохи, то в век Интернета МакЛюэн многим кажется пророком, предсказавшим изменения в системе коммуникаций между людьми и возникновение нового коммуникативного пространства.

МакЛюэн – один из ученых мира, стоящих у истоков синкретичности научных исследований. В своих исследованиях он рассматривал все явления междисциплинарно: как философ, литературный критик, культуролог, социолог, биолог, иногда он рассуждал о достижениях в области физики и кибернетики, хотя его знания в этих областях были достаточно поверхностны.

Тем не менее, рассматривая труды МакЛюэна, следует помнить о том, что ученый большую часть своей жизни был профессором литературы, поэтому при изучении проблем медиа

он использовал некоторые методы исследования, которые широко распространены в литературоведении, например, метод аналогий, а также обращался к литературе как доказательной базе при построении своей теории.

«Понимание средств коммуникации: Продолжение человека» является концептуальным трудом Г.М. МакЛюэна, в котором отражены основные положения его теории коммуникации, а также проявился неповторимый стиль изложения материала, который свидетельствует о литературном таланте автора.

Список литературы

1. McLuhan, E. The Genesis of Laws of Media // The Antigonish Review. № 74, V. 5, 1988. P. 201–202.
2. Baldwin C.A. Vanishing Aesthetics: Mediality and Literature after Merleau-Ponty, Virilio, and McLuhan // Dissertation for Ph. D. degree / C.A. Baldwin. New York: New York University, 1999. 466 p.
3. Canonic Texts in Media Research: Are There Any? Should There Be? How About These? / Ed. by E. Katz, J. D. Peters, T. Liebes, A. Orloff. Cambridge: Polity Press, 2002. 280 p.
4. Marchand P. Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger. N. Y.: Ticknor & Fields, 1989. 320 p.
5. http://en.wikipedia.org/wiki/The_medium_is_the_message
6. Federman M. (2004, July 23). What is the Meaning of the Medium is the Message? // http://individual.utoronto.ca/markfederman/article_mediumisthemessage.htm.
7. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. Cambridge; London: MIT Press, 1994. 355 p.
8. Levinson Paul. Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium / Paul Levinson. New York: Routledge, 2001. 240 p.
9. Theall D.F. The Virtual McLuhan. Toronto: McGill-Queen's Univ. Press, 2003. 317 p.
10. McLuhan M. The Medium is the Message: An Inventory of Effects. New York: Gingko Press, 2002. 159 p.

H.M. MCLUHAN AND HIS BOOK «UNDERSTANDING MEDIA: THE EXTENSIONS OF MAN»

I.B. Arkhangel'skaya

The article considers the main work of the Canadian media theorist H.M. McLuhan «Understanding Media: the Extensions of Man» (1964). Several disputable questions regarding the main concepts of the book, including the famous axiom «medium is the message», are analyzed in the paper. New materials are introduced – the publications of American and Canadian scholars: P. Levinson, J. Meyrowitz, M. Federman, D. Theall, C. Baldwin and some other authors.