

Умберто Эко²

В 1988 году Болонский университет отпраздновал девятьсот лет с момента основания. Событие было настолько важным, что его празднование началось осенью 1987-го и завершилось только весной 1989 года; в противном случае оно бы продолжалось как ни в чем не бывало вплоть до празднования тысячелетней годовщины (подобно елкам, украшенным разноцветными лампочками на Рождество 1992-го и горевших во многих окрестностях Нью-Йорка до Рождества 1993 года).

Одним из событий, приуроченных к празднованию, стал конгресс, посвященный истории университетов, и меня попросили выступить с заключительным словом на тему взаимоотношений университета и массмедиа. Мне показалось, что это важная тема, по крайней мере потому, что не существует никаких конкретных критериев, чтобы определить, где заканчивается работа историка и начинается работа журналиста. Если реконструкция того, что произошло вчера, – история, почему реконструкцию того, что вот-вот случится, не следует понимать как историю?

Когда мои друзья из Йеля попросили меня подготовить речь на ту же тему, я задался вопросом, применимо ли то, что я сказал, к этому контексту. В своей речи в Болонье я сконцентрировался на проблеме с точки зрения европейских университетов, но ведь прекрасно известно, что ситуация в Америке несколько иная. Насколько отношения между университетом и массмедиа в Соединенных Штатах Америки отличаются от ситуации в Европе, и в частности в Италии?

Безусловно, американские медиа в достаточной степени освещают университетскую жизнь. В газетах и еженедельниках несложно найти статистику о государственном высшем образовании и карьерных возможностях, а также регулярно публикуемые рейтинги качества различных университетов. В Италии университеты – это государственные институты, некоммерческие и общественные. В США это бизнес, поэтому медиа следят за их статусом так же, как следят за статусом фирм на Уолл-Стрит или фирм вроде *General Motors*. Кроме того, американские университеты гарантируют доста-

¹ Перевод статьи Умберто Эко осуществлен Денисом Петриной по изданию: Eco, U. The University and the Mass Media // *Yale Journal of Law and the Humanities*. 6/1(1994), 81–94.

² Умберто Эко (1932–2016) – итальянский философ, семиотик, теоретик культуры, писатель. Преподавал в Болонском университете с 1975 года, с 2008 года по 2016 профессор эмеритус.

точно высокий уровень образования будущему правящему классу, и академические дискуссии, например о понижении уровня грамотности, на которое указал Аллен Блум³, вызывают общественный интерес.

Более того, некоторые происходящие в кампусе события получают широкий медийный резонанс, как, например, феминистская критика феномена политической корректности. Медиа освещают такие университетские события с той же поверхностностью и той же склонностью к скандальности, как и при информировании о любом другом событии. Недавно, изучая сатирический *Справочник по политической корректности*, я обнаружил, что даже понятие «текст» является частью новой волны и что сейчас политически корректно утверждать, что никакой реальности нет – есть только тексты. И все же студенту, желающему узнать программу курса по компаративной литературе, скажем, в Индианском университете, необходимы определенные библиографические списки и ежегодные бюллетени, но никак не *Vanity Fair*⁴.

В Италии освещение университетских проблем в медиа происходит совершенно иначе. В начале каждого академического года не только еженедельники, но также и газеты снабжают своего читателя подробной информацией о том, что именно Джанни Ваттимо⁵ будет преподавать в Турине, Альберто Асор Роса⁶ – в Риме, а Витторио Греготти⁷ – в Венеции. Периодические «кризисы» итальянского университета (которые, очевидно, начались в Болонье в 1088 году) заставляют редакторов газет истекать слюной примерно так же, как недавняя любовная интрижка знаменитого актера.

Чтобы продемонстрировать, до какой степени дела университетов стали *tarte à la crème*⁸ для медиа, позвольте мне поведать о своем недавнем опыте. Месяц назад я начал читать Нортоновские лекции в Гарварде. Признаться, мне это очень польстило, и, следует отметить, в этом событии был определенный аспект, который мог бы заинтересовать итальянские газеты, а именно: в 1985 году Итало Кальвино должен был читать Нортоновские лекции, но умер перед тем, как написал шестую лекцию и прочитал первую. Кажется, такое совпадение было достойно короткого отчета в секции куль-

³ Аллан Блум (Allan Bloom, 1930-1992) – американский философ. В книге «Заккрытие американского духа» (*The Closing of American Mind*, 1987) критикует систему высшего образования в Америке. (*Здесь и далее – прим. переводчика – Д.П.*)

⁴ *Vanity Fair* (англ. Ярмарка тщеславия) – американский журнал, посвященный массовой культуре.

⁵ Джанни Ваттимо (Giantereso (Gianni) Vattimo) – итальянский философ и политик.

⁶ Альберто Асор Роса (Alberto Asor Rosa) – итальянский литературный критик, писатель и политический мыслитель.

⁷ Витторио Греготти (Vittorio Gregotti) – итальянский архитектор и теоретик искусства.

⁸ *Tarte à la crème* (франц., дословно – кремовый пирог) – клише, банальность.

туры. Однако *Corriere della Sera* посвятила целую страницу моей первой Нортонской лекции, а день спустя *Repubblica*, в ярости от того, что упустила сенсацию года, посвятила ей не только целую страницу, но и еще две статьи на следующих неделях с информацией о том, что я также прочитал вторую и третью лекцию. Я могу только поблагодарить эти газеты за уделенное мне внимание, но сам факт, что итальянский ученый читает цикл лекций за границей, не должен быть каким-то выдающимся информационным поводом; другими словами, это вовсе не тот случай, когда *человек кусает собаку*, но как раз-таки случай, когда *собака кусает человека*.

Мне думается, итальянские медиа были так одержимы заурядным академическим событием потому, что в стране, где сегодня проще встретить депутата в государственной тюрьме, чем в палате парламента, существует тайная надежда, что «коридоры мудрости» более респектабельны, чем «коридоры власти», а также потому, что итальянские газеты отчаянно ищут публичных персон, которые не были бы печально известными бандитами.

Но это еще не всё. Итальянские ток-шоу (где люди ведут себя так, словно они принимают участие в бойне в День святого Валентина⁹), заполнены университетскими профессорами. Формула ток-шоу следующая: там должен быть актер или какая-либо другая персона, чья функция – провоцировать и усиливать накал дискуссии; далее, сумасшедший ученый (скажем, человек, создавший эликсир долголетия, или археолог-любитель, нашедший реальное местоположение Арки Ноя) должен вестись на провокации, чтобы веселить зрителей своим сумасшествием; наконец, профессор университета, представляющий Глас Истины, профессор Специализированного Знания и(ли) Здравого Смысла. К концу шоу становится очень сложно отличить университетского профессора от псевдочеловека или актера – и все они начинают неподобающим образом кричать.

Главное отличие американского университета от европейского заключается в том, что первый находится в кампусе, своего рода монастыре, огражденном от города. В Америке конфликта между *Городом и Мантией*¹⁰ нет как такового, потому что *Мантии* живут за пределами города. В Европе университет находится в самом центре города, является частью города и, соответственно, постоянно вовлечен в жизнь города. Ни студенты, ни профессора не могут полностью игнорировать гражданскую жизнь, что объясняет, почему в Европе так много профессоров, которые становятся членами парламента, при этом продолжая принимать участие в университет-

⁹ «Бойня в День святого Валентина» - кровавая стычка между мафиозными кланами Аль Капоне и Багса Морана в Чикаго, произошедшая 14 февраля 1929 года, в результате которой было застрелено 7 человек. Впоследствии эти события неоднократно инсценировались в кино, популярной культуре и в компьютерных играх.

¹⁰ В оригинале *Town/Gown*, имеются в виду городское население и академическое сообщество.

ской жизни. Схожим образом для университетского профессора несколько не странно, а даже и привычно высказываться в качестве колумниста, критика или политического комментатора в газетах и журналах.

В США, когда ученые вроде Киссинджера или Бжезински решают сотрудничать с государством, они покидают кампус и возвращаются лишь по окончании гражданской службы. В Европе, однако, существует четкая связь, соединяющая Коридор власти с Коридором мудрости. Пусть американские профессора и тратят большую часть своего времени на телефонные разговоры, постоянно обмениваясь информацией или даже сплетничая, но в основном это происходит между кампусами. Что несколько напоминает ритуальное битье в барабан двух Мантий.

Но все-таки обоюдное влияние медиа и университета существует как в Америке, так и в Европе, хотя, наверное, в обоих случаях разное и не настолько очевидное. Границы между университетом и массмедиа гораздо менее заметны, чем могло бы показаться на первый взгляд, и необходимо нарисовать карту множества неоднозначных и серых зон с целью определить *les liaisons dangereuses*¹¹, гибридные, «трансплантированные» и прочие неоднозначные случаи. В связи с чем позвольте мне представить типологию одиннадцати различных аспектов этого продолжительного и неизбежного взаимодействия.

I. Массмедиа против высокой культуры

Мы могли бы начать обсуждение проблемы с точки зрения Франкфуртской школы. Массмедиа – это «двигатель» банальности, поверхностной развлекательности; они стремятся к новизне ради новизны и рассчитывают на массовое единодушие. Университет, напротив, является местом оригинальных исследований, серьезных и требующих усилий размышлений. Он сохраняет прочную связь с традицией; он подозрительно относится к новинкам и удобству, стремится осуществлять постоянную критическую ревизию знания и ищет одобрения у избранных.

Я помню, как один раз встретился с Теодором Адорно по его возвращении в Европу. Этот человек, написавший *Диалектику просвещения*, где порицал вульгарность массмедиа (в то время в основном радио), сказал мне, что, если бы он мог переписать свою книгу, его суждения были бы менее строгими, так как он стал свидетелем позитивной роли телевидения в создании новой демократической культуры в послевоенной Германии.

Кроме того, в то время, когда писал Адорно, разница между интеллектуальной, обывательской и примитивной культурой была гораздо яснее, нежели сейчас. Одним из наиболее обсуждаемых сегодня вопросов – по крайней мере в западных странах – является слияние популярной и высокой культуры, о котором многие тео-

¹¹ «Опасные связи» (франц.).

ретики говорят как о характерном явлении нашей постмодернистской эпохи. Этот факт культуры постмодерна ставит под вопрос сложившиеся определения «высокой» vs. «низкой» культуры. Всего пару дней назад я читал прекрасную книгу Брайана Макхейла *Конструируя постмодернизм*, в которой отношения между Джоном Бартом и Уильямом Гибсоном, Пинчоном и киберпанк-культурой показаны во всей их сложности. Слияние поп- и высокой культуры, таким образом, подпитывает дискуссии о медиа и университетах поставкой «сырьевых материалов».

II. Массмедиа и непосредственная межличностная коммуникация

Можно утверждать, что университет – это место прямого межличностного общения, в то время как массмедиа характеризуются дистанцированной опосредованной коммуникацией. Массовая коммуникация происходит тогда, когда централизованный Отправитель передает сообщение по технологически устроенному каналу, которое достигает сообщества Адресатов, пространственно отделенных друг от друга. Эти Адресаты разнятся по социальному статусу, культуре и даже языкам. Таким образом, массовая коммуникация по самой своей сути не может быть прямым, межличностным взаимодействием. Отправитель не знает, с кем говорит, поэтому направляет свое сообщение призрачному Адресату, от которого не может получить непосредственной обратной связи.

В какой ситуации оказывается университет? Если массмедиа – не гомогенная институция, то, принимая во внимание тот факт, что опубликованная в университетском издательстве книга и диск с записью рок-музыки в равной степени являются продуктами массмедиа, это значит, что и университет не является таковым. Это место, где проводятся исследования высокого уровня, но это также место, где распространяются элементарные понятия и предоставляется базовая информация.

Так можем ли мы утверждать, что университет – это все еще пространство прямой межличностной коммуникации между преподавателем и студентом? Что происходит в том случае, если профессор читает лекции пятистам студентам в одном университетском зале, который может вместить в себя максимум триста? Вступили ли оставшиеся двести студентов, столпившиеся в коридоре, где голос лектора транслируется через громкоговоритель, в область массмедийной коммуникации? Можем ли мы утверждать, что студент, внимательно слушающий лекцию и ведущий записи, которые он затем не сможет расшифровать, участвует в прямой межличностной коммуникации? А как насчет того, кто записывает лекцию на пленку и прослушивает ее спустя две недели? Стал ли такой студент пользователем массмедиа?

III. Академическое изучение массмедиа

Университеты изучают массмедиа. Я всегда поражаюсь, когда в ходе некоторых интервью американские журналисты спрашивают меня, как ученый-гуманитарий мог также писать эссе о Супермене и Чарли Брауне. Видимо, они забыли, что в пятидесятых (до того как я начал исследовать массмедиа) выходили американские журналы, в которых предлагались хитроумные анализы детективов, комиксов и коммерческой музыки¹². Эти журналисты также упустили из виду исследование Роберта Мертона по влиянию радио на военную пропаганду и Кантрила об эффекте «Войны миров» Орсона Уэллса; обе работы¹³ были написаны в конце сороковых и стали настольными книгами¹⁴ европейских социологов культуры.

Конечно, стоит отдать должное учебным заведениям за то, что, несмотря на определенное противодействие, они предприняли систематическое исследование цивилизации массмедиа и создали целые школы и департаменты, посвященные изучению этого феномена¹⁴. Но, по всей видимости, сегодня мы зашли слишком далеко. Массмедиа становятся предметом анализа слишком часто, даже тогда, когда всё, что можно узнать, уже было исследовано. Порой невозможно сдерживать улыбку, думая об огромном количестве исследований, где утверждается, что навязчивое изображение белого в рекламах стирального порошка порождено определенными архетипическими мотивами. Студент-первокурсник может прочитать об этом в глянцевого журналах, для которых пишут также и университетские профессора. Иногда достаточно расспросить рекламных агентов, которые, как правило, получают неплохое университетское образование и знакомы с Юнгом. Но, так или иначе, именно университет изучает массмедиа, и именно он помог сформировать критическую позицию среди широкой общественности.

В целом мы можем сказать, что в Европе академический анализ медиа имел большее влияние на общество, чем в Соединенных Штатах. В Соединенных Штатах исследования Мертона или Кантрила не изучаются и не обсуждаются ни в старшей, ни в начальной школе; в Европе критическое осмысление стратегий массмедиа как проводников идеологии существенно повлияло на общеобразовательную программу обучения. Всё чаще и чаще думающие учителя в

¹² В оригинале *Tin Pan Alley* – так называли 28 улицу на Манхэттене в Нью-Йорке, где, начиная с 1900 года, были сосредоточены ведущие агентства и магазины, занимающиеся коммерческой музыкой, и, поскольку улица была насыщена самыми разнообразными звуками, то с легкой руки одного журналиста она получила свое второе имя «улица жестяных кастрюль», которое с тех пор используется как собирательное название американской коммерческой индустрии.

¹³ В оригинале *livres de chevet* (франц.).

¹⁴ Умберто Эко сам был причастен к этому процессу, создав в 1992 году программу по исследованиям коммуникации в Болонском университете.

начальных и средних школах прививают своим ученикам критическое отношение к массмедиа, анализируя рекламу и газеты в классе.

IV. Университет на службе массмедиа

Независимость университета от политической власти – это не более чем пасторальная иллюзия или пустые грезы. Девятьсот лет назад Болонский университет получил свободу и автономию благодаря трем его профессорам, поддержавшим Императора в его законодательных разногласиях с Церковью. В обмен на содействие Император подписал первый документ, утвердивший независимость университета¹⁵. Схожим образом Коллеж де Франс возник как политическая инициатива противодействия Франциска I подавляющей силе Сорбонны. Университетские профессора нередко становятся консультантами финансовых или промышленных компаний или политических учреждений (от Ирнерио до Киссинджера). Совершенно неудивительно, что эксперты по массмедиа становятся медийными консультантами. Я убежден, что эксперт, понимающий определенные механизмы массмедийных манипуляций, должен быть способен провести исследование, не имея при этом коммерческих интересов. И все же я задаюсь вопросом: не страдает ли моя позиция от определенного левого «уклона»? Нас бы не удивило, если бы эксперт по массовой коммуникации работал консультантом для кампании экологического просвещения или предотвращения СПИД, и это настолько же естественно, как и то, что большинство профессоров сотрудничают с издательствами.

Некоторые компромиссы между университетом и центрами экономической и политической власти более приемлемы, чем другие, так как с ними уже смирились и их институционализировали как традицию. Если мы примем во внимание сотрудничество выдающихся ренессансных преподавателей с первыми знаменитыми издателями и перечитаем авторитетные, полные похвалы предисловия к книгам шестнадцатого и семнадцатого века, мы поймем, что отношения между учеными и издательской индустрией завязались уже достаточно давно. Давайте не будем упускать из виду и тот факт, что со времен Аристотеля и Платона образцовый ученый нередко являлся советником государя. Если со времени изобретения печати уже сформировался прочный узел между правящими и подчиненными внутри университета, то развитие массмедиа сделало этот узел только прочнее.

¹⁵ Речь идет о Фридрихе I Барбароссе, от которого Болонский университет получил свои привилегии в 1158 году. Они были оформлены в особой Хартии, ставшей первым в Европе университетским Уставом. Об этом историческом эпизоде Умберто Эко упоминает в своем романе «Баудолино» (2000).

V. Массмедиа используют университет в своих интересах

Давайте представим себе чрезвычайно благородную позицию ученого, анализирующего массмедийные механизмы убеждения, не вовлеченного в консультативную деятельность и не получающего за это вознаграждения. С точки зрения моральности побуждений, такой ученый вне подозрения. Однако если он опубликует результаты своего исследования, массмедиа получат к ним доступ и будут использовать в своих интересах. Следовательно, выполненное ученым критическое описание недопустимых процедур убеждения может стать непреднамеренным содействием применению таких процедур.

Такая проблема, очевидно, существует в каждой дисциплине. Химик прекрасно знает, что, если он напишет статью о восточных ядах, потенциальный убийца сможет воспользоваться этой информацией. Однако химик считает такое исследование лишь описанием того, что существует независимо от какого-либо описания. Напротив, в социальных науках ученый постоянно рискует вызвать какое-либо явление, просто описав его.

Сборник эссе о Мадонне, недавно вышедший в Соединенных Штатах, включает в себя множество цитат из деконструктивистской литературы, семиотики, Хайдеггера и так далее (и многое другое, при условии, что это было *à la page*¹⁶). Представляют ли эти работы критический анализ феномена Мадонны или же они способствуют усилению мифа о Мадонне?

Не будем излишне морализировать. Можем ли мы утверждать, что такой масштаб обсуждений Мадонны достоин большего осуждения, чем обсуждение холестерина? Ученые изучали холестерин потому, что это было их обязанностью, но, откровенно говоря, каждый ответственный человек, следящий за своим весом, уже и так достаточно информирован о влиянии и последствиях холестерина. Затем внезапно медиа стали использовать проблему холестерина в своих интересах, и мы стали свидетелями невероятной истории о том, как овощи, в которых якобы есть холестерин, рекламировались в супермаркете как не содержащие холестерина. Так достойное научное исследование было использовано массмедиа и индустрией питания исключительно в целях выгоды.

VI. Университет готовит рабочую силу для массмедиа

Американские университеты в значительно большей мере ориентированы на подготовку рабочей силы для массмедиа, нежели европейские. Но фактически в университетах по всему миру предлагаются курсы, готовящие студентов к работе в соответствии со стандартами, установленными газетами, телевизионными сетями и издательствами. В принципе, в этом нет ничего странного, так как университеты готовят студентов стать юристами, врачами и

¹⁶ В духе времени, модно.

предпринимателями. Однако эти профессии развивались вместе с образовательными учреждениями, готовящими студентов к определенной работе, а также к ее философии, этическим стандартам и операционным практикам – от деонтологии и кровопускания до клятвы Гиппократова. Если же говорить о массмедиа, то газеты, реклама, кино и телевидение существовали и развивались независимо от формальных образовательных учреждений, которые могли бы определить их идеальные условия. Соответственно, мы сталкиваемся с таким парадоксом, что в том же самом университете департамент коммуникационных технологий обучает практикам, которые департаменты политической науки и философии критикуют как этически сомнительные.

Можно подумать, что университет выживает благодаря плюрализму взглядов. К сожалению, как бы, когда бы и где бы это ни произошло, трудно найти пример интеграции разных точек зрения. Студенты коммуникации учатся, как стать журналистами, в соответствии с существующими критериями, в то время как студенты философии учатся, как критиковать журналистику как вырождение поиска истины. В академических институциях два взгляда могут достойно сосуществовать бок о бок, однако две точки зрения будут создавать два разных типа граждан и будущих профессионалов, которые будут игнорировать друг друга до конца жизни.

VII. Университет и массмедиа

Даже если многие представители университетов продолжают игнорировать массмедиа, сам университет, тем не менее, использует эту связь как в благих, так и в дурных целях. Сейчас массмедиа осуществляют дидактические функции, которые раньше выполнялись университетом: когда-то преподавателям приходилось самим предоставлять дидактический материал, часто в виде рукописей или машинного текста, в то время как сейчас они создаются культурной индустрией в удобной и экономной форме.

Информация и идеи, ранее распространявшиеся учебными заведениями, теперь циркулируют непосредственно в массмедиа. Например, раньше именно школы должны были объяснять студентам, где находится Могадишо и границы Кувейта, в то время как сейчас эта информация передается непосредственно газетами и телевидением. Это не значит, однако, что учебные заведения больше не занимают распространением подобной информации. Массмедиа передают эту информацию в некритически поданной манере; соответственно, проверить и исправить эту информацию входит в обязанности учебных заведений. Сегодня гораздо важнее, чтобы университет критиковал массмедийное освещение фундаментальных идей и информации, чем просто сам передавал эти знания.

Удобный доступ ко всем основным текстам по литературе, философии, истории и науке предоставляет многообразие источников информации и возможность оспорить профессорскую точку

зрения. Профессор преподает Рассела, а студент вместо этого читает Гуссерля. Это может стать причиной для паники: профессор больше не может скрыть собственную нехватку знаний и несет ответственность, в определенном смысле, за все те тексты, которые благодаря культурной индустрии стали доступными на рынке.

Помимо всего прочего, следует отметить, что индустрия издательства, выбирая, какие тексты станут доступны, задает перспективу на будущее, влияя на перечень дисциплин, которые будут изучаться в течение следующих десятков лет. Можно утверждать, что университетские профессора играют основную роль в процессе отбора. Но это происходит таким образом, что малая группа влиятельных ученых путем редакторского отбора определяет выбор своих коллег, которых побуждают следовать той же «актуальной» повестке дня.

VIII. Массмедиа задают вопросы для университета

Многие вопросы, которые широко обсуждаются сегодня в американских университетах, зародились в одном кампусе, но были затем растиражированы и перехвачены другими кампусами только благодаря интенсивному освещению в медиа. Позвольте мне упомянуть такие проблемы, как, скажем, мультикультурализм, гендерноориентированная критика, политическая корректность и постмодернизм. Проблема состоит в следующем: происходит ли изменение в научных стандартах, когда все эти вопросы переходят из кампуса в массмедиа? Ответ, безусловно, положительный. Следует ли нам беспокоиться о переходе этих вопросов из университетских кампусов в новостные медиа? Возможно. Мы часто жалуемся, что определенные важные для общества и для общественного сознания проблемы замыкаются в академических дискурсах, что исключает публичность как таковую. Этот современный феномен мигрирующих вопросов требует от нас воспитания критической бдительности, чтобы эти вопросы не остались неправильно понятыми или тривиально принятыми. Иными словами, это требует от нас принять вызов изучать эти феномены и их последствия.

Более того, книжный универсум, когда-то – храм культуры, теперь также подчиняется законам массовой коммуникации. За последние двадцать или тридцать лет я с удовольствием наблюдал изменяющееся отношение массмедиа к культуре, что заметно по множеству новых разделов в книжных магазинах. В начале шестидесятых Маркс, Фрейд, структурализм и Гуссерль, если их вообще можно было найти в книжных магазинах, были расположены на полках все вместе – в разделе континентальной философии. К середине шестидесятых всё те же книги находились в разделе структурализма, включавшего в себя марксизм, психоанализ и феноменологию. Затем, в семидесятых, те же самые авторы и темы появились в секциях по постструктурализму или семиотике, кино и феминизму (я заметил это в книжном магазине на улице Святого Марка в Ист-Виллидже, в Нью-Йорке). Недавно в Гарвардском коопера-

тивном книжном магазине я обнаружил, что такие предметы, как семиотика, лингвистика, неврология, психология и постаналитическая философия, были классифицированы как когнитивные исследования. В книжном магазине торговой сети в Нью-Йорке Святой Августин стоял на полке в разделе Нью Эйдж. Могут ли университеты остаться в стороне от этих меняющихся культурных причуд? Более того, могут ли те же издательства, которые в большей степени определяют повестку университетской программы, сохранять независимость от этих изменений?

IX. Университеты используют техники массмедиа

Университет мог бы решить использовать массмедиа в качестве инструмента расширения сферы своего влияния. Успешные эксперименты Открытого Университета, учебного заведения для взрослых и альтернатива для работающих студентов, демонстрируют, как координированное использование печатных брошюр, записей и видеокассет может создать схему массового университета. Но избыток информации может также иметь парализующий эффект. Массмедиа определенно незаменимы при необходимости достучаться прежде всего до тех, кто исключен из круговорота культурной информации, однако они не могут заменить прямых дидактических отношений, межличностного диалога здесь и сейчас, что возможно только в университете. Мы могли бы притвориться, что не замечаем этого, но университет использует массмедиа в качестве влиятельного инструмента в академических разногласиях. Научные дебаты, которые ведутся в газетах, не являются новинкой нашего века. Что в самом деле изменилось, так это роль телевизионных дебатов в воздействии на мнения касательно политики важных научных решений, например, использования ядерной энергии или отказа от нее.

Другим примером влияния массмедиа на академическое мнение может служить пресловутый нацизм Хайдеггера. Тот факт, что Хайдеггер симпатизировал нацизму, хорошо известен с пятидесятых. В начале шестидесятых я рецензировал книгу Дагоберта Рунеса, изданную в Соединенных Штатах, в которой были перепечатаны политические речи Хайдеггера. Каждый серьезный ученый знал об этой темной стороне личной жизни Хайдеггера и был в курсе философской проблемы: зависела ли его философия от его политических убеждений (или была ими детерминирована). Я не фанат Хайдеггера, но я нахожу такое стремление американских или континентальных мыслителей разбирать философию Хайдеггера или так называемое хайдеггеряниство, взяв за основу такие биографические слухи, массмедийным сенсационализмом. Мы не можем отрицать важности роли Вольтера в формировании западной мысли лишь потому, что он инвестировал часть своих денежных запасов в рабовладельческий рынок, – он был равнодушен к этой этической проблеме и был всего-навсего продуктом своего времени.

Я не утверждаю, что такие аспекты личной жизни философа или писателя не должны приниматься во внимание серьезными учеными. Напротив, я думаю, что их стоит воспринимать серьезно и не оставлять исключительно на растерзание питающимся скандалами массмедиа. Не читать Селина просто потому, что он был антисемитом, является ошибкой, порожденной массмедиа. Мы также не можем закрыть глаза на антисемитизм Селина потому, что у него были близкие отношения с женщиной-еврейкой. Это достаточно важные причины, почему нам на самом деле следовало бы изучить *и* его работы, *и* его психологию. Но даже в таком случае его работа должна восприниматься сама по себе, вне зависимости от его личной истории.

Х. Массмедиа влияют на жизнь университета

Массмедиа также привели университет в мир знаменитостей, и мы часто задаемся вопросом, на самом ли деле слава определенных ученых связана с их интеллектом и достижениями, или, скорее, с их образами, созданными телевидением и глянцевыми журналами. Система медиа является настолько мощной, что делает новости, не только пользуясь неосторожностью тех, кто каждый день появляется на экране телевизора, но также и частной жизнью тех, кто скрывается от глаз общественности. Новости «делают» не только те, кто публикует одну книгу в год, но также и те, кто вообще ничего не публикует. Есть ученые, умеющие молчать так, что о них все равно будут говорить, а если им это не удастся, хороший репортер поможет в этом. Специализация некоторых издательств – делать знаменитостями тех, кто не опубликовал ни строчки в течение всей своей жизни, и, по всей видимости, лучшие перспективы именно у тех, кто не написал ни одной рукописи.

В равной степени проблематичным является влияние медиа на студентов. На студенческие демонстрации 1968 года повлияло вмешательство массмедиа, что почти сразу вызвало их распространение в других странах и стало результатом протестов по схожей схеме. Однако, хотя мы и можем считать главные демонстрации 1968-го неизбежным историческим явлением, это не распространяется на последовавшие за ними меньшие по масштабу демонстрации. Те поздние протесты часто возникали потому, что разные группы студентов стремились скопировать образ тех, кого массмедиа показали в выгодном свете.

Наконец, массмедиа имеют тенденцию превращать университетскую жизнь в спектакль. Объявление об исследовании может быть представлено как открытие, осторожный эксперимент или достижение универсальной панацеи. Нет нужды говорить о том, что серьезные ученые будут стараться избегать таких звездных выступлений. Однако они неизбежно станут жертвами такой системы, и чем больше они стараются скрыться от глаз массмедиа, тем более уязвимыми они становятся.

Значительное упрощение издательской работы, подготовки публикаций, подготовки препринтов, печати на компьютерах и возможность выслать свою собственную работу по факсу за год или два, прежде чем она будет напечатана (и часто, когда ни у кого не будет уже желания ее печатать), становятся препятствием в научной коммуникации. Стремительный рост доступного научного материала существенно влияет на разделение знания. Когда ученый каждый день получает сотни страниц, связанных с его научным исследованием, он, само собой разумеется, останется в неведении исследований в других областях. К сожалению, сейчас ученым невозможно следить даже за вкладами в их собственную область специализации, что привело к производству и потреблению аннотаций (abstracts). Аннотации стали медиауслугой: аннотация – это текст, который был истолкован и отфильтрован кем-то другим. Таким образом, наиболее важная ответственность ученого – читать текст, интерпретировать его и независимо судить о нем – передана редактору аннотаций.

Помимо диктатуры аннотаций, существует угроза готовых библиографий по любой теме, которые сейчас могут быть получены через информационные сети. По сути, библиография является чем-то, что должно быть завоевано шаг за шагом, тяжелыми и долгими усилиями. Готовая библиография, напротив, ничего не стоит потому, что к ней нельзя обратиться. Ученый, который, нажав кнопку, получает библиографию из десяти тысяч названий по выбранной им теме, не только не сможет прочитать предложенные книги, но даже не ознакомится с самой библиографией.

Признаки этого кризиса появляются во многих публикациях последних лет в странах, считающих, что они находятся в авангарде инновационных исследований. Сегодня ни одна библиография не включает в себя публикации, которым более десяти лет. Несмотря на то, что этот критерий можно считать обоснованным для некоторых дисциплин, которые подвергаются постоянным изменениям, это вызывает беспокойство в случае гуманитарных наук, которые по своей природе кумулятивны.

XI. Суицид массмедиа

Массмедийным технологиям угрожает неизлечимая болезнь – гибель материалов, документирующих и передающих информацию. Видео пленки, записи на магнитных дисках и копии страниц рано или поздно вымрут. Даже книга, главный инструмент распространения знания, стала вымирать. Всем книгам, изданным с того момента, как мы перешли от пергамента к бумаге из дерева, суждено превратиться в пыль в течение семидесяти лет. Массмедиа сделали возможным распространение и циркуляцию книг, которые не переживают своих авторов. Все методы (например, микрофильмы, перепечатывание на бескислотной бумаге, химическая защита существующих книг), которые применялись, чтобы избежать это тра-

гическое неудобство, смогут сохранить лишь часть свидетельства нашей культуры.

Одной из исторических ответственностей университета в ближайшие десятилетия станет выбор, связанный с тем, какие книги заслуживают должного внимания, а какие должны исчезнуть. Это огромная ответственность, и я бы с радостью стал членом комитета, назначенного для принятия подобных решений.

Заключение

Я не исчерпал полемику о взаимоотношениях университета и массмедиа. Я осознаю, что предложил картину весьма нечетко определенной и удручающей ситуации, в которой тот, кто заявляет о своей непорочности, жет и в которой каждый должен принять ответственность за шаткое равновесие. Не имеет никакого смысла создавать проблему из-за присутствия массмедиа в исследовательских башнях из слоновой кости. Мы должны как признать неизбежное влияние масс медиа, так и использовать их возможности. Наконец, следует помнить, что университет, вне зависимости от того, сколько хорошего в нем осталось, не может противостоять пагубному влиянию массмедиа, пользуясь их слабостями.

Может показаться парадоксальным, если мы определим ценность информации с точки зрения неожиданных знаний, поскольку массмедиа информируют, основываясь на фактах, но не на концептах и интерпретации этих фактов. Массмедиа говорят нам, что такой-то и такой-то скончались, что самолет разбился, что доллар упал или что разгорелся политический кризис. Даже в таких случаях я сомневаюсь, что информация на самом деле была неожиданной. Например, в течение последнего десятилетия массмедиа сделали «открытие», что наше общество вступает в цивилизацию образов, – между тем об этом социологи говорили еще сорок лет назад. Новая цивилизация компьютера является буквенной, мы возвращаемся в галактику Гутенберга. Массмедиа, однако, не могут информировать об этом – люди в это не поверят. Люди должны были столкнуться с великим множеством сложностей, чтобы наконец принять идею о том, что мы живем в цивилизации образов; общественность больше не может отвергнуть то, что сейчас стало банальностью по причине огромных усилий, которыми это было достигнуто.

Массмедиа могут сообщать о новостях исследования определенной частицы в конкретной лаборатории, но они не могут предложить подходящую интерпретацию этого события. В области фактов массмедиа сообщают, что происходит прямо сейчас, но в области интерпретации они могут сказать только то, что было известно уже двадцать лет назад.

Культура, знания и теории, которые производятся в университете, обретают свое место в течение двадцатилетнего разрыва. Что изучается в университете сейчас – это то, что медиа включит

в свою повестку дня, свою систему допущений через двадцать лет. Я убежден, что студенты все-таки приходят в лекционные залы потому, что они понимают, что там обсуждается что-то, что масс-медиа еще не обнаружили. К тому времени, как массмедиа озаботятся тем, что следует рассказать об этом, в университете уже будет обсуждаться что-то другое.

И если нам удастся сохранить этот разрыв, у нас по-прежнему будет своя роль – безусловно, несопоставимая по ценности ни с одной другой.