

Egyetem és tömegkommunikáció*

1. Ha ezt a témát nemes rosszhiszeműséggel kellene kezelni, felszólalásom igen rövid lenne. Kijelenthetném, hogy a tömegkommunikáció a banalitás, a csupán önmagáért létező felületes időöltés eszköze, ami az újat csakis újdonságáért kutatja, amely népszerűsítéssé laposodik, és a tömegek egyetértését keresi. Az egyetem ellenben olyan fórum, ahol töprengő és fáradságos elmélkedés, valódi kutatás folyik; az egyetem erős szálakkal kötődik a hagyományokhoz, fenntartásokkal kezeli az újdonságokat és a túl könnyű megoldásokat, s a tudás folyamatos, kritikus felülvizsgálatára törekszik, az elit konszenzusát keresve.

Ha így vélekedünk, nem egyszerűen sztereotípiákkal érvelünk, hanem megfélekedzünk arról, hogy a tömegkommunikáció, vagyis a hírközlés eszköze a könyv is. Tömegkommunikációról beszélünk, ha egy centralizált helyzetű adó egy technológiailag összetett csatornán közvetít egy üzenetet, amely nagy kiterjedésű, szociálisan, kulturálisan és gyakran nyelvileg is erősen rétegzett területen, elszórt vevőkhöz jut el. A tömegkommunikáció egyik legfontosabb jellemzője, hogy nem szemtől szembeni kapcsolatteremtés. Aki közvetít, nem tudja, hogy kivel beszél, üzenetét egy olyan fantazma-vevőhöz címzi, akitől semmilyen visszajelzést nem kaphat.

*Az előadás a bolognai egyetem fennállásának 900. évfordulóján megrendezett ünnepségeket megnyitó, „Universitates e università” című konferencián hangzott el 1987 novemberében.

Milyen az egyetem helyzete? Ha a tömegkommunikáció nem egységes intézmény — hiszen tömegkommunikációs eszköz a University Press legfrissebb kiadványa vagy a legújabb rocklemez —, nem homogén az egyetem sem. Itt magas szintű oktatás folyik, de az ismeretterjesztés, az alapinformációk közvetítése is jelen van. Mondhatjuk-e, hogy az egyetem szemtől szembeni, a személyes kapcsolatteremtés fóruma, mely mester és tanítvány dialogikus kapcsolatára épül? Mi történik akkor, ha egy tanárnak egy ötszáz diákból álló hallgatósághoz kell beszélnie olyan teremben, ahol legfeljebb csak háromszázan férnek? Az a kétszáz ember, aki a folyosón zsúfolódik össze, s a professzor hangját csak a hangszórókon keresztül hallja, automatikusan belépett a tömegkommunikáció világába? Az a diák, aki az órán elszedett jegyzeteket készít, s ezeket azután nem tudja elolvasni, a szemtől szembeni, dialogikus kapcsolat részese? És az, aki rögzíti az előadást, s hetekkel később újrhallgatja a felvételt, a tömegkommunikációs eszközök használojává vált?

Az egyetem és a tömegkommunikáció közötti határok immár nem olyan világosak, mint hisszük, s térképünkre ellentmondásos, mocsaras területeket kell felrajzolni, felismerve a *laissons dangereuses*, a hibridek, az oltványok, a félvérek világát. Vagyis arról van szó, hogy új fajok zoológiáját építjük most fel, és ma megpróbálunk meghatározni egy új állatot, melynek három lába van, gondolkodik, ugat, villás nyelvvel sziszeg, a mocsarakban úszóhártyás, de emberi formájú kézzel halad előre, és hátát pikkely borítja. Ez az egyetem a tömegkommunikációs eszközök civilizációjában.

2. Az egyetem a tömegkommunikációt tanulmányozza.

Dicséret illeti a felsőoktatást — hogy a tiltakozások ellenére is — elvégezte a tömegkommunikációs eszközök első szisztematikus vizsgálatát — iskolákat és intézményeket szentelve a jelenség tanulmányozásának. Talán mára már át is estünk a ló túlsó oldalára. Gyakran akkor is előkerülnek kérdések a tömegkommunikáció köréből, ha már mindent tudunk, amit érdemes tudni ezekről. Megmosolyogtatóak azok a terjedelmes kutatások, melyek során kimutatják, hogy milyen archetipikus motiváció rejlik abban, ahogyan a mosóporok hirdetései a fehérség képét ismételtetik. Elég

lenne csak a reklámszakembereket megkérdezni, akik rendszerint magas egyetemi végzettséggel rendelkeznek és ismerik Jungot. Ami az elsőéves hallgatót illeti, minderről olvas az újságokban, amelyekben többek között egyetemi oktatók is publikálnak.

Mindazonáltal az egyetem tanulmányozza a tömegkommunikációt, jelentősen hozzájárul ahhoz, hogy a nagyközönség is elsjátítsa e kritikus magatartást.

3. Az egyetem a tömegkommunikációban dolgozik.

Hogyan lehet bírálni azt, amiért dolgozunk? Gyakran előfordul, hogy egyetemei oktatók pénzügyi, ipari és politikai szervezetek tanácsadóiként működnek (Irneriotól Kissingerig). Nem kell csodálkoznunk azon, hogy a tömegkommunikáció kutatói a tömegkommunikáció tanácsadóivá válnak.

Úgy vélem, hogy az a tudós, aki a tömegmeggyőzés mechanizmusának megértéséhez közelebb jutott, le kell hogy írja tapasztalatait; e hatásmechanizmusok felismeréséhez vezető módszereket; anélkül azonban, hogy vizsgálati eredményeit a profitra éhes reklámszakemberek szolgálatába állítaná. De fel kell tenni a kérdést, hogy ez a kikötés az ellenőrzők és ellenőrzöttek közötti világos megkülönböztetést tartalmazza-e, vagy a csupán bizonyos kommunikációs formákkal és üzenetekkel szembeni helyes vagy helytelen ideológiai előítéleteket. Hiszen nem méltatlankodunk akkor, ha egy tömegkommunikációs szakember tanácsadóként részt vesz egy AIDS-megelőző vagy egy ökológiai nevelésre irányuló kampányban, és nem csodálkozunk azon sem, hogy az egyetemi oktatók nagy része könyvkiadóknál is dolgozik.

Tehát a gazdasági és politikai hatalom központjai és az egyetem közötti megegyezés bizonyos formái elfogadottabbak mint mások, mert azokat a hagyományok szentesítik. Ha arra gondolok, hogy a Reneszánsz nagy mesterei együttműködtek az első nagy nyomdákkal, vagy ha újraolvasom a Cinquecento mestereiről írt tekintélyes méltató előszókat, megállapíthatom, hogy a tudós és a kiadóipar közötti szoros kapcsolat már évszázadokkal ezelőtt kirajzolódott; mint ahogy már Arisztotelésztől kezdve elfogadott volt az a tudóstípus, aki tanácsadóként állt ura szolgálatában.

Mindenesetre, ha a nyomtatás feltalálása óta az egyetemi élet központjában az ellenőrzők és ellenőrzöttek kibogozhatatlan csomója került, ez a csomó még bonyolultabbá vált a tömegkommunikációs eszközök fejlődésével.

4. A tömegkommunikáció kiaknázza az egyetem munkáját.

Képzeljük csak el a következő feddhetetlen pozíciót: egy tudós a tömegkommunikációs eszközök által kifejtett meggyőzési mechanizmusokat vizsgálja, ugyanakkor elutasít minden tanácsadói felkérést. Ami a morális szándékot illeti, a tudós gyanún felül áll. De minden megváltozik, ha publikálja kutatási eredményeit, amelyeket a tömegkommunikáció immár bármikor felhasználhat. Vagyis a meggyőzés elfogadhatatlan eljárásainak kritikai leírása ingyen adalékként szolgál ezen eljárások alkalmazására.

Természetesen ez a probléma minden tudományágban jelen van. A kémikus nagyon jól tudja, hogy ha a keleti mérgekről készít feljegyzéseket, egy gyilkos felhasználhatja munkáját, de úgy gondolja, nem követ el hibát, hiszen az a valami leírásától függetlenül is létezik. A társadalomtudományok tudósa azonban nem képes megszabadulni a gondolattól, hogy elindított egy folyamatot, csupán azzal, hogy leírta.

5. Az egyetem munkaerőt biztosít a tömegkommunikációnak.

Az egész világ egyetemein léteznek olyan kurzusok, ahol azt tanítják a hallgatóknak, hogy hogyan kell az éppen érvényben lévő standard szerint dolgozni újságoknál, televíziós láncoknál, kiadók-nál. Ezen nincs is mit csodálkozni, hiszen az egyetemen tanítják, hogy hogyan lesz valakiből ügyvéd, orvos vagy jegyző.

Ez utóbbi szakmák azonban csak iskoláikkal együtt születtek meg, s az iskolák egyidőben taníthatták a gyakorlatot és az etikát, az érvágást és a hippokratészi esküt. Ellenben az újságok, a reklám, a film, a televízió megelőzték azokat az iskolákat, melyekben rögzíthették volna a működésükre vonatkozó ideális feltételeket. Így jöhet létre az a paradoxon, hogy egy és ugyanazon egyetemen a kommunikációs technika intézetében olyan módszert tanítanak,

amit a politika- és filozófiatudományok intézete elítél, mint megengedhetlent.

Azt is gondolhatnánk, hogy az egyetem helyet kell hogy adjon a nézőpontok pluralizmusának. Sajnos azonban ott, ahol ez megtörténik, nem láthatunk példát a perspektívák integrációjára. A kommunikációt tanulók az aktuális követelmények szerint elsajátítják az újságírást; a filozófiát hallgatók pedig megtanulják úgy szemlélni az újságírást, mint egy perverz igazságkereső kényszert. E két perspektíva az oktatási intézményekben nemesen együttélhet, azonban a különböző felfogások homlokegyenest ellenkező gondolkodású polgárokat és jövőendő szakembereket termelnek ki, akik kölcsönösen megtagadják majd egymást.

6. Az egyetem felhasználja a tömegkommunikációt.

Bár jónéhányan tagadják, az egyetem felhasználja a tömegkommunikációs eszközöket, ezek jó és rossz oldalait egyaránt.

6.1. Régen az egyetemnek kellett megoldania néhány didaktikai feladatot, ma a tömegkommunikációs eszközök végzik ezt. Valaha a tanárok állították össze a tananyagot, gyakran kéziratos vagy gépelt szövegek formájában, míg ma a kultúripar nyújtotta, kitűnő és jóval olcsóbb anyagok állnak rendelkezésre.

Bizonyos ismereteket valaha az iskola, ma már a tömegkommunikáció közvetít. Például; régen az iskolának kellett megtanítania, hogy mi Kambodzsa fővárosa, vagy hogy hol vannak a Maldív-szigetek. Ma ezeket az ismereteket a televízió vagy az újságok közvetítik. Ez azonban nem azt jelenti, hogy az iskolának a lexikális ismeretekkel már nem kell foglalkoznia. A tömegkommunikáció ezeket az ismereteket kritika nélkül és ellenőrizetlenül adja át, míg az iskola feladata ezek folyamatos ellenőrzése és javítása. Az intézményes didaktika szintjén pedig az egyetemnek ma — azon túl, hogy alapismereteket közöl — tudnia kell bírálni ezen ismeretek tömegkommunikációs terjesztését is.

Olcsó kiadásokban ma már minden fontos szöveg a diák rendelkezésére áll. Ez lehetőséget biztosít egy pluralisztikus ismeretanyag megszerzésére, illetve — mivel keze ügyében különböző források vannak — a tanár problémafelvetésével való vitatkozásra

is. Mindez azonban zavart is okozhat. A tanár többé nem rejtheti el hiányosságait, és minden szövegről, amit a kultúripar piacra dob, véleményt kell nyilvánítania.

Meg kell jegyezni, többek közt, hogy immár a könyvkiadás az, amelyik választásaival, és a rendelkezésre bocsátott szövegekkel befolyásolja a következő évtized tanítási témáinak kiválasztását. Igaz ugyan, hogy ezek a választások egyetemi oktatókéi, akik tanácsadóként működnek a kiadóknál. Mégsem kell alulértékelni e jelenség következményeit, mert ezek egy külső hatalom nyomása révén érvényesülnek; vagyis néhány egyetemi oktató befolyásolja kollégáinak választását, akiket ez arra serkent, hogy elkerüljék az igazi „közvetítést”.

6.2. Az egyetem a tömegkommunikációt felhasználhatja eszközként arra, hogy kiterjessze hatókörét. Példa erre a felnőtteket és dolgozó fiatalokat oktató Open University kísérletsorozata, amely bebizonyította, hogy a nyomtatott jegyzetek, az audio- és videokazetták összehangolt használata képes tömegegyetemi közeget teremteni. Azonban ebben az esetben is a lehetőségek túllépése bénító eredménnyel járhat. Természetesen a tömegkommunikációs eszközök nélkülözhetetlenek ahhoz, hogy elérhetőek legyenek azok, akik nem tartoznak szorosan a kulturális-tájékoztatói közegehez; de nem helyettesíthetik a direkt tanítási kapcsolatot, a szemtől szembeni dialógust sem.

6.3. Megtehetjük, hogy tagadjuk, ám az egyetem a tömegkommunikációs eszközök segítségével nyomást igyekszik gyakorolni az iskolák és irányzatok közti viták során. Nem új az a jelenség ebben a században, hogy tudományos viták a lapok hasábjain is folynak. Kétségtelenül új azonban az a szerep, amit a televízió a politikatudományt érintő olyan fontos döntésekkel kapcsolatos véleményformálásban tölt be, mint például a nukleáris energia felhasználásának vagy elutasításának problémája.

7. A tömegkommunikáció hatást gyakorol az egyetemi életre.

Ami a star systemet illeti, a tömegkommunikáció az egyetemet is magával rántotta, és gyakran föltehetjük a kérdést, hogy egy-egy

tudós hírnevét valóban munkáinak köszönheti-e, vagy annak az image-nek, melyet az újságok és a televízió alakítottak ki róla. A szisztéma olyan erős, hogy eléri a tündökölni vágyókat és a szökevényeket egyaránt. A star system képes hírré nagyítani azoknak a pökhendiségét, akik nap mint nap visszanéznek ránk a képernyőről, de azoknak a magányát is, akik visszavonultságban élnek. A star system hírt csinál a hírek hiányából is. Nemcsak az a hír, ha valaki évenként kiad egy könyvet, de az is, és főleg az, ha valaki soha nem publikál egyet sem. Vannak tudósok, akik hallgatásuk körül nagy zajt tudnak csapni, s ha nem képesek erre, elvégzi helyettük a feladatot egy ügyes hírlapíró. Léteznek kiadók, akik arra szakosodtak, hogy hírnevet kovácsoljanak tudósoknak, akik egész életükben egy sort sem publikáltak. Leghíresebbé azok válhatnak, akikről a haláluk után még egy kézirat sem marad.

Nem kevésbé zavarba ejtő a tömegkommunikációs eszközök diákokra tett hatása. Az 1968-as diáklázadásokat a tömegkommunikáció beavatkozása befolyásolta, ugyanazokkal a jellemzőkkel elősegítve e megmozdulások terjedését a különböző országokban. Természetesen 1968 esetében olyan jelenséggel van dolgunk, amely mindenképpen kirobbant volna a történelmi szükségszerűségek miatt. Azonban több kis 1968 született még, s ezekről másféleképpen kell vélekednünk. Ezek a „reprodukciók” gyakran azért jöhettek létre, mert egyes diákcsoportok igyekeztek uniformizálódni, csatlakozni ahhoz az image-hez, amelyet a tömegkommunikáció formált a diákságról. Che Guevara olyan ember volt, aki hitt abban, amiért küzdött, s aki meggyőződéséért életével fizetett. De Che image-e, amely már szinte csak karikatúraként jelent meg a sokkal gyengébb meggyőződésű és hirtelen megbánásra kapható diákokban, a tömegkommunikáció terméke volt.

Végezetül meg kell jegyeznünk, hogy a tömegkommunikáció igyekszik egyszerű látványossággá redukálni az egyetemi életet. A tömegkommunikáció úgy tálalja a kutatások bejelentését, mintha egy-egy felfedezésről lenne szó, egy óvatos kipróbálást pedig univerzális csodaszer megtalálásaként popularizál. Felesleges azt mondanunk, hogy komoly tudós megpróbál elmenekülni e cirkuszi világ elől. Mindenképpen — többé vagy kevésbé közreműködve — áldozat, annál inkább, minél jobban igyekszik a tömegkommunikációs eszközök körén kívül maradni, nem ismervén azok veszélyeit.

8. A tudományos tájékoztatás forradalma.

Ma már nagyon könnyen lehet publikálni, preprinteket előállítani, computer segítségével nyomtatni és terjeszteni műveket, egy-két évvel így megelőzve a hivatalos kiadásokat, sőt elkerülve azt a problémát, ha netalán nem akadna kiadó, amely vállalkozna a publikálásra. Ez a lehetőség azonban olyan tudományos-kommunikációs dugót provokál, mellyel már senki sem tud szembeszállni. A rendelkezésre álló tudományos anyag mennyiségének exponenciális növekedése drámaian hat a tudományos szétválására. Amikor egy professzorhoz speciális kutatási témájában naponta több száz oldalnyi anyag jut el, lehetetlen, hogy ezen kívül bármely más terület kutatási témájában tájékozódhasson.

Sajnos azonban ma már az is lehetetlen, hogy a kutató a szakterületére vonatkozó összes anyagot áttanulmányozza. Ennek következménye az abstractok előállítása és terjesztése. Az abstract valaki más által megszürt és interpretált szöveget mutat be. Így a tudós legfontosabb joga és kötelessége — vagyis az, hogy ő maga olvasson, interpretáljon és értékeljen egy szöveget — immár az abstractok kiadójának illetve szerkesztőjének feladata.

Az abstractok diktatúráján kívül elítélem a teljes bibliográfiákat is, amelyek a computerek segítségével immár bármely témában lehívhatók. A bibliográfiát lépésről lépésre, szenvedések árán kell összeállítani. Egy teljes bibliográfia nem való semmire, mert használhatatlan, áttanulmányozhatatlan. Az a tudós, aki megnyom egy gombot, s így egy szempillantás alatt rendelkezésére áll az általa választott téma tízezer tételből álló bibliográfiája, nemcsak a javasolt könyveket nem fogja elolvasni, de magát a bibliográfiát sem.

A krízis jelei az utóbbi évek több publikációjában is észlelhetők, különösen azokban az országokban, melyek a kutatás avantgardjához sorolják magukat. Manapság a bibliográfiákban szereplő művek között alig akad olyan, amely ne az elmúlt tíz év terméséhez tartozna. De míg e kritérium a néhány folytonosan fejlődő, megújuló technológia területén elfogadható, aggasztó a természetüknél fogva kumulatív humán tudományok esetében.

9. A tömegkommunikáció öngyilkossága.

A tömegkommunikáció termékeit gyógyíthatatlan betegség fenyegeti: alapanyaguk elhasználódása. Nemcsak a videoszalagok, a mágneslemezen tárolt felvételek, a fénymásolatok lapjai károsodhatnak, elhasználódik a tudást közvetítő legfontosabb eszköz, a könyv is. Mióta már nem rongyból, hanem fából készült papírt használunk a könyvnyomtatásban, minden termék hetven év elteltével megsemmisülésre ítéltetik. A tömegkommunikáció olyan könyveket állít elő és forgalmaz, amik nem fogják túlélni szerzőjüket. Minden módszer, mely ezt a tragikus folyamatot megállíthatja, (mikrofilmek, acid-free paper használata, a könyvek kémiai eljárásokkal való megóvása) kulturális örökségünk töredékének megmentésére lehet csak képes.

A következő évtizedekben az egyetem történelmi feladata és felelőssége lesz az, hogy kiválassza, milyen könyvek élvezhetik ezt a kitüntető bánásmódot. Én magam csak azt remélem, hogy soha életemben nem kell részt vennem egy ilyen feladattal megbízott csoport munkájában.

10. Véggövetkeztetések.

Nem érintetem a tömegkommunikáció és az egyetem közötti kapcsolat minden pontját. Úgy vélem, hogy kínzó és bizonytalan helyzetképet vázoltam fel, melyben ha valaki „tisztának” mondja magát, hazudik, s mindenkinek magára kell vállalnia az ingatag egyensúly felelősségét.

Nincs értelme annak, hogy démonizáljuk a tömegkommunikáció jelenlétét a kutatás fellelgyarában. Az azonban szükséges, hogy kiaknázzuk lehetőségeit, de felismerjük és féken tartjuk befolyásoló hatásait. Néhány esetben kellő szerénységgel el kell majd ismerünk, hogy egy-egy kiváló ismeretterjesztő televíziós program sokkal hasznosabb lehet, mint egy lustán ismételtető, álmosító egyetemi előadás.

Végezetül meg kell még említeni, hogy az egyetem, azzal a több-kevesebb értékkel, amivel még rendelkezik, ellenállhat a tömegkommunikáció perverz hatásainak, éppen gyengeségei kihasználása révén.

Ellentmondásosnak tűnhet, de — ha informatív az, ami valószínűtlen — a tömegkommunikáció a tényeket illetően informatív, de az eszmék, az interpretációk vonatkozásában nem az. A tömegkommunikációs eszközök tájékoztatnak arról, hogy valaki meghalt, hogy egy repülőgép szerencsétlenül járt, hogy a dollár árfolyama zuhant, és hogy kormányválság tört ki, s még ezekben az esetekben is kétségeim vannak afelől, hogy ezek a hírek valóban váratlanok-e. De a tömegkommunikáció — egy másik példát említve — ezekben az években fedezte azt fel, hogy egy képi civilizációba készülünk belépni, pedig mindezt a szociológusok már negyven éve megmondták, ráadásul a kijelentés immár nem igaz. Az új computer-civilizáció alfabetikus, s visszatérőben vagyunk a Guttenberg-galaxisba. De ezt már a tömegkommunikáció nem árulhatja el, mert az emberek nem hinnének neki, túl sok energiát fordítottak arra, hogy hozzászokjanak a kép civilizációjának ötletéhez, és nem könnyen mondanának le erről az oly nehezen elfogadott kliséről.

A tömegkommunikáció megszerezhet olyan információkat, hogy egy bizonyos laboratóriumban egy bizonyos részecskét tanulmányoznak, de soha nem lesz képes megfelelő magyarázattal szolgálni az eseményre vonatkozóan. A tények terén a tömegkommunikáció elmondhatja, hogy mi történik éppen, de ami az interpretációt illeti, csak azt tudja elmondani, ami húsz éve volt hitelt érdemlő.

E húsz évnyi különbségbe illeszkedik az egyetemi kultúra. Én azt hiszem, hogy a diákok azért jönnek el az előadótermeinkbe, mert felfedezik, hogy ott valami olyasmiről beszélnek, amihez a tömegkommunikációnak még nincs köze, ahová még nem jutott el. Mire a tömegkommunikáció utolérné, az egyetem már másról fog beszélni, vagy másról kell majd hogy beszéljen.

Ha megőrizzük ezt a különbséget, lesz *egy*, mégpedig pótolhatatlan szerepünk.

Bologna
Szeged

Umberto Eco
Fordította: Omaszta Gyula