

*И.М. САВЕЛЬЕВА*

## **Таланты и посредники: граница между академической и публичной наукой\***

В наши дни публичная деятельность ученого и его успех – это результат конвертации коллективных и индивидуальных символических капиталов, в которых медиа играют самостоятельную роль. В статье анализируются причины резкой активизации публичной деятельности академических ученых в последние десятилетия и характеристики автономной среды, которая создается благодаря медиа и в которой действуют свои – не академические – правила презентации научного знания и оценки профессионального успеха. Рассматриваются метаморфозы *homo academicus* при переходе с университетской кафедры на медийные площадки. Иначе говоря, речь идет о двух достаточно разных дискурсивных практиках – их целях, жанрах, языке и аргументации.

**Ключевые слова:** публичная наука, научное знание, университет, медиа, популярное знание, медийные звезды, публика, профессиональные конвенции, символический капитал.

The paper analyzes the contents and objectives of ‘public social science’, the relationship between scholarly and popular knowledge, conventions governing the representation of the scientific knowledge outside the academic context, and the transfer of scholarly knowledge from academic to media environment. Public science is treated as a specific type of judgment and practice, thus the analysis of ‘public science’ covers cognitive aspects as well as social ones.

**Keywords:** Public science, academic knowledge, popular knowledge, media, university, transmission of knowledge, media stars, public, professional conventions, symbolic capital.

Мы целый век создавали профессиональное знание, переводя здравый смысл на язык науки, так что теперь мы более чем готовы приступить к систематическому обратному переводу, возвращая знание на прежнее место.

*М. Буравой*

Уже почти полвека существует феномен публичной науки: публичная психология (особенно психоанализ), публичная социология, публичная история, публичная философия, публичные исследования культуры. В сфере юриспруденции, помимо

---

\* В данной работе использованы результаты проекта “Конструирование прошлого и формы исторической культуры в современных городских пространствах”, выполненного в рамках программы фундаментальных исследований НИУ–ВШЭ в 2014 г. Я признательна Е. Вишленковой, Т. Борисовой и С. Матвееву за обсуждение ключевых положений данной статьи, существенно развившее ее в некоторых важных пунктах.

---

*Савельева Ирина Максимовна – доктор исторических наук, ординарный профессор, директор Института гуманитарных историко-теоретических исследований им. А.В. Полетаева, Национального исследовательского университета – Высшей школы экономики.*

публичной криминологии, развивается такое интересное направление, как превентивное право (*preventive law*). Действуя в этой зоне, ученые не просто просвещают, они явно или неявно бросают вызов эксклюзивному этосу академической профессии в пользу более открытого, инклюзивного модуса сотрудничества с обществом [History... 2009, p. 3–4; Korte, Paletchek, 2009; Burawoy, 2005; Общественная... 2008; Савельева, 2014<sup>а</sup>; 2014<sup>б</sup>].

В каждой дисциплинарной области публичность проявляется по-своему, отличаясь не только формами работы с аудиторией, но часто даже целеполаганием. Так, публичная философия отвечает на ключевые мировоззренческие вопросы в свете современных философских доктрин, публичная социология объясняет природу социальных проблем и помогает людям в выработке конструктивных преобразовательных и приспособительных стратегий, превентивное право претендует на то, чтобы стать более доступным для публики (*user-friendly and problem-solving*), а публичная история удовлетворяет интерес к прошлому на уровне современных научных знаний и обеспечивает групповую идентификацию. Во всех случаях речь идет о доступности академического знания.

Понятие “публичная наука” состоит из двух частей – *публика* и *наука*. А вот фигуры посредника – средств массовой информации – в этом словосочетании нет. Между тем их участие в создании публичной науки значимо в связи с обретенной медиа “властью оценивания”, заключающейся в классифицировании продукции и ее производителей, в форматировании контекста и языка, в отборе важных тем и “назначении” звезд. Во всех дисциплинах, выходящих в публичную сферу, при определении зоны перехода *homo academicus* от профессиональной к публичной деятельности (и обратно), мы наблюдаем конфликт между ценностями академической профессии<sup>1</sup> и логикой устройства медийного пространства.

В последние десятилетия активно создаются посреднические площадки, открывающие ученым доступ к публике (серии популярных книг, публичные коллоквиумы, научно-популярные журналы, рубрики и персональные колонки в газетах и журналах, специализированные телепрограммы). Вместе с развитием средств коммуникации множатся институции, наделяющие себя функцией оценивания – престижные премии (например, такие, как премия Вольфсона по истории<sup>2</sup>, которой награждают за выдающееся мастерство в создании книг по истории для широкой публики), и рейтинги интеллектуальных журналов (вроде “20 лучших философов XX века” по списку газеты *Le Monde*). Номинации по истории, науке и технике есть во многих крупных газетах (будь то *The New York Times* или *Los Angeles Times*) и интеллектуальных журналах, где, кроме рейтингов, часто публикуются и списки книг-бестселлеров “о человеке и обществе”.

Массмедиа предъявляют небывалый спрос на символический капитал Академии, с одной стороны, навязывая свои условия трансляции знания, с другой – создавая новые территории свободы для творческой личности, обновляя формы представления академических ученых в публичном пространстве.

В данной статье мое внимание будет сосредоточено на анализе условий бытования историков, социологов, философов в медийной среде, влиянии этой среды на научное знание и его презентацию в публичной сфере. При этом я буду говорить только о *традиционной* публичной науке, с определения и генеалогии которой начинается

---

<sup>1</sup> Термин “профессия” используется здесь в социологическом смысле: “Социология профессий является разделом социологии труда и концентрируется на анализе занятости экспертов. Она анализирует паттерны организации, типы труда и социальный статус” [Abbot, 2001, p. 12166–12169].

<sup>2</sup> Премия Вольфсона по истории (*Wolfson History prize*) – литературная премия, ежегодно присуждаемая в Великобритании с целью обеспечения и поощрения *standards of excellence* в трудах по истории для широкой публики. Ежегодно награждаются две или три выдающиеся работы, опубликованные в течение года, и периодически вручается еще и награда за выдающиеся достижения в написании истории (*oeuvre prize*). Присуждение премии спонсирует и администрирует Фонд Вольфсона, победителей определяет жюри, состоящее из знаменитых историков.

данный текст. Затем последует анализ причин резкой активизации публичной деятельности академических ученых. Далее я остановлюсь на роли медийного посредника и характеристиках автономной среды, которая создается благодаря медиа и в которой действуют свои – не академические – правила презентации научного знания и оценки профессионального успеха. И в заключение – вопрос о метаморфозах, происходящих с *homo academicus*, когда он с университетской кафедры переходит в теле- или радиостудию (пишет для академического или интеллектуального журнала). Соответственно, речь пойдет о двух достаточно разных профессиональных и дискурсивных практиках: их целях, жанрах, языке и аргументации.

## Традиционная и органическая публичная наука

На вопрос: “кто такие публичные ученые?” – можно дать предельно широкий ответ. Публичные ученые пишут широко читаемые, обсуждаемые и влияющие на публику книги; выступают в СМИ, освещая проблемы, имеющие общественное звучание; предлагают заказчикам экспертные оценки и профессионально работают в публичной сфере, активно взаимодействуя с самыми разными объединениями граждан. Очевидно, что в таком ответе зафиксирована достаточно давняя функция гуманитария как транслятора профессионального знания общественности (образованным слоям, публике, массам, группам); в последние десятилетия эта задача сформулирована и акцентирована в многочисленных манифестах и исследованиях.

При этом редко кто из публичных ученых выполняет все указанные функции, в связи с чем мне кажется полезным ввести различие, позаимствованное у активного пропагандиста публичной социологии М. Буравого. Говоря о публичных социологах, тех, кто пишут влияющие на публику книги, и тех, кто выступают в СМИ, освещая проблемы, имеющие общественное звучание, исходя из “долгой истории” таких практик, Буравой причисляет к представителям “традиционной” публичной социологии<sup>3</sup>.

Последней он противопоставляет “органическую” публичную социологию, которая предполагает, что “социологи работают в тесном контакте с видимой, плотной, активной, локальной общественностью, часто характеризующейся групповыми контринтересами. Это могут быть рабочее движение, соседские ассоциации, религиозные общины, группы борьбы за права иммигрантов, организации по защите прав человека. Между органическим публичным социологом и публикой идет диалог, процесс взаимного образования” [Burawoy, 2005, p. 7–8].

Точно так же есть и публичные историки (их я тоже предлагаю называть “органическими”), которые, как отмечал Ш. Баффингтон, “работают вместе с общественностью и для общественности. Они работают в архивах, музеях, общественно-политических организациях, исторических обществах и медиа. Публичные историки посвящают себя занятиям историей за пределами классной комнаты (аудитории). Историки работают для местных, штатских и государственных групп, включая корпорации и правительственные институты” (цит. по [Evans, 1999]).

В данных определениях, наряду с ключевым словом “для”, мы видим и другое, еще более важное слово – “вместе”, во взаимодействии. Последнее важно потому, что в данном случае четко обозначена установка практикующих это направление публичных ученых, согласно которой публичная наука – это *взаимодействие* между профессионалом и публикой. Органический тип публичной науки требует особых навыков и компетенций работы с общественностью и вовсе не подразумевает академической занятости профессионала. Этой профессии многих учат в специализированных магистерских программах. Очень важно, что **органическая публичная наука в принципе не предполагает участия медийного посредника, стороны легко могут обходиться без него** (подробнее об органической публичной истории см. [Савельева, 2014<sup>a</sup>]).

<sup>3</sup> Буравой рассматривает публичную социологию как часть более общего разделения труда в социологии наряду с *policy sociology*, *professional sociology*, *critical sociology* [Burawoy, 2005, p. 8].

Однако в данной статье я не буду рассматривать повседневную практическую работу с населением “органических” публичных социологов или историков (о том, что “черным трудом” занимаются философы, слышать не приходилось). Меня в данном случае интересует традиционная публичная деятельность ученых, чьим основным местом работы остается университет (академия), и их присутствие в медиасреде. Публика, к которой обращаются традиционные публичные ученые, обычно остается “невидимой”, в том смысле, что с ней не возникает коммуникации, она не конституирована в устойчивую группу или организацию. Даже если традиционный публичный ученый “провоцирует публичные дебаты, сам он вполне может и не участвовать в них” [Bugawoy, 2005, p. 7]. В числе профессиональных ученых, которые активно репрезентируют себя на публичной сцене, в последние десятилетия присутствуют самые известные представители наук о человеке.

Традиционная публичная наука, в противоположность органической, имеет достаточно долгую историю, которую можно проследить в разных странах и на примере разных наук. Мне удобнее сделать это на примере истории.

Известно, что становление исторического сознания, ставшее приметой Нового времени, обеспечило высокий общественный престиж исторической профессии особенно к середине XIX в. Вплоть до утверждения научного исторического знания (строго говоря, до появления позитивистской историографии) историки писали с ориентацией на “широкого” образованного читателя. Напомню, что XIX век еще не стал “веком масс”, но зато он был “веком публики” – временем, когда общественное мнение могло оказывать важное воздействие на политический процесс, равно как и на многие другие области социальной жизни [Habermas, 1962]. В XVIII–XIX вв. (а в принципе, уже начиная с Н. Макиавелли) история была поставлена на службу государству, и многие известные историки даже занимали высшие государственные должности. В Англии ведущие историки (А. Алисон, Г. Галлам, Т. Маколей) активно влияли на политическую жизнь, конструируя прошлое, основанное на концепциях “вигов” и “тори”. В Германии малогерманская школа, крупнейшие представители которой были депутатами рейхстага (Г. фон Зибель, Г. фон Трейчке), создавала концепцию национальной истории. Особенно показателен пример Франции середины XIX в., где два популярнейших историка, А. Тьер и Ф. Гизо, возглавляли соперничающие политические партии, а затем их “сбросили” другие историки – Л. Блан, А. де Токвиль и Наполеон III [Зелдин, 1993, с. 157].

Характеризуя исключительное положение представителей своей профессии в этот период, французский историк А.-И. Марру писал: «Историк стал королем, вся культура подчинялась его декретам: история решала, как следует читать *Илиаду*; история решала, что нация определила в качестве своих исторических границ, своих наследственных врагов и традиционной миссии... Под объединенным влиянием идеализма и позитивизма идея прогресса была навязана в качестве фундаментальной категории (христианство было признано “устаревшим”, христиане были низведены до небольшого меньшинства... Современная “мысль” стала суверенной)... Владеющий секретами прошлого историк, как генеалог обеспечивал человечество доказательствами знатности его происхождения и прослеживал триумфальный ход его эволюции. Только история могла дать основания для доказательства осуществимости утопии, показывая, что она... укоренена в прошлом» [Marrou, 1954, p. 11].

Мы знаем, каким вниманием общественности пользовались в России лекции известных университетских профессоров, даже защиты диссертаций были публичными в самом точном смысле – на них приходила публика [Сандерс, 2012, с. 161–192]. Во второй половине XIX в. возникают многочисленные общества. По утверждению А. Каменского (высказанному в личном письме ко мне, “для России можно вспомнить, например, Русское историческое общество, Русское генеалогическое общество, Историко-родословное общество, Общество любителей древней письменности, Общество истории древностей российских, Императорское Русское Археологическое общество и т.д. Общероссийские и местные общества объединяли и профессионалов, и любии-

телей, которые работали вместе, как, впрочем, и в губернских ученых архивных комиссиях”. Таким же образом создавалось множество частных музеев [Историческая... 2012].

Затем (конец XIX–первая половина XX в.) происходит профессионализация истории и становление исторической науки, сопровождающееся специализацией. Историки начинают писать для историков, результатом чего оказывается относительное падение их общественной роли. Производство популярного исторического знания смещается в область искусства и журналистики, возникает автономная группа популяризаторов, не связанных с университетами. В любом случае университетский профессор, как правило, расценивает публичную деятельность как отклонение от профессиональных норм и не занимается ею.

Точно так же и социология в период своего становления была социально и морально направленной. Действие идей О. Конта, Г. Спенсера или Г. Тарда простиралось за границы ученого сообщества и достигало образованных кругов в разных европейских странах. Основатели современной социологии – К. Маркс, Э. Дюркгейм и М. Вебер также были ориентированы на постановку и решение кардинальных общественных вопросов. Но затем начался процесс сциентизации, превращения социологии в научную дисциплину. “В борьбе за место под академическим солнцем социология развила собственное специализированное знание, будь то в форме блестящей и прозрачной учености Роберта Мертона (1949), темной, но величественной схемы Талкота Парсонса (1937, 1951), или ранних статистических интерпретаций мобильности и стратификации, кульминацией которых стала работа Питера Блау и Отиса Дадли Дункана (Duncan) (1967)” [Burawoy, 2005, p. 5].

В целом процессы сциентизации и формирования дисциплин более чем на полвека отрезали ученое сообщество от публики. Для социальных ученых традиция общения с публикой начала возрождаться лишь в 1960-е гг. При этом, несмотря на очевидную традицию, говорить о возрождении в массовых масштабах на базе новых информационных технологий старых практик XIX столетия, на мой взгляд, нельзя. Отличие современной публичной науки от прошлого опыта лежит в существующей сегодня области взаимодействия в рамках триады: ученый – университет – медиа (элементы можно менять местами). В наши дни публичная деятельность ученого и его успех – результат конвертации коллективных и индивидуальных символических капиталов, где медиа играют самостоятельную роль. Конечно, и в XIX в. ученый зависел, например, от издателя, но издатель, как правило, не соучаствовал ни в творении нового научного знания, ни в оценке научных достижений. Сегодня именно новые возможности медиа и новый статус университета служат ключом к пониманию характера современной публичной науки.

С 1960-х гг. – мы наблюдаем постоянный рост массового интереса к социальному знанию. У некоторых ученых проявилось стремление сделать свои главные научные труды достоянием не только профессионалов, но и просто широкой читательской аудитории, а медиатеchnологии предоставляют немислимые ранее возможности для широкой и долговременной дискуссии. Историки, социологи или философы легко составят списки книг, написанных выдающимися представителями их цеха и ставшие в прямом смысле бестселлерами – не только по тиражам или количеству переводов на разные языки, но прежде всего по их воздействию. Эти известные книги объединяет то, что, будучи научными, они читались далеко за пределами академии и инициировали общественные дебаты о природе общества, его ценностях, ожиданиях, проблемах и тенденциях. Идеи и термины, предложенные в них, получили распространение в языке не только ученых, но и широкой публики. Предсказуемо популярными темами были: глобализация, постколониализм, постмодернизм, Холокост, консюмеризм, туризм, память о прошлом, экология, идентичность, маргинальность, семья и многие др.

Если ограничиться даже немногими сюжетами, среди самых читаемых и обсуждаемых социологов за последние десятилетия можно назвать исследователя консюмеризма Д. Ритцера с его книгой 1993 г. “Макдоналдизация общества” (он же основал

вместе с Д. Слейтером *Journal of Consumer Culture*). Очень востребован был Р. Робертсон, теоретик глобализации (“Глобализация: социальная теория и глобальная культура”, 1992), популяризовавший, кстати, термин “глокализация”. Массовый читатель был у З. Баумана (“Модернити и Холокост”, 1989). Отмечу также его работы по глобализации, постмодернизму и идентичности (например, эссе “От паломника к туристу или Краткая история идентичности”, 2000). Если Бауман использовал “паломника” и “туриста” как метафору, то тема туризма в связке с консюмеризмом и экологией обеспечила популярность Д. Урри с соавторами (“Потребление мест”, 1995; “Туристические культуры”, 1997 с К. Роеком; “Туристические мобильности”, 2004 с М. Шелер). Одной из самых дискутируемых интерпретаций современного американского общества долго оставалась книга “Привычки сердца” (1985), написанная Р. Белла, и др. Список этот далеко не полон и касается лишь нескольких тем. Свидетельством интереса широкого круга читателей во всех случаях были сотни тысяч и большие тиражи и переиздания.

С конца 1960-х гг. ведущие английские историки, такие как Д. Тэйлор, Х. Тревор-Роупер, Э. Хобсбаум, Э. Бриггс, Д. Эллиот, О. Чэдвик, Л. Стоун и К. Хилл, начали писать книги, ориентированные на массового читателя. Чуть позже во Франции появилась волна научных исторических бестселлеров, созданных известными историками. Среди них – Э. Ле Руа Ладюри, К. Гинзбург, Р. Дарнтон, Н. Земон Дэвис, Р. Шартье и многие другие (подробнее см. [Савельева, 2014<sup>a</sup>]). Эти историки не только хорошо пишут, они ориентируются в механизмах производства “истории на продажу”, коммерческом книгоиздании, вкусах и интересах публики.

Другая стратегия состоит в активизации деятельности профессиональных ученых на телевидении и радио. Действительно, почему не обратиться к возможностям, которые так широко стали использовать журналисты и любители, для распространения своих исследовательских результатов и популяризации собственных теорий? Ведь нет ничего удивительного в том, что профессионалы, привыкшие всходить на кафедру, чтобы донести научные знания до сотен юных и несведущих бакалавров, могут выступать и перед миллионными аудиториями радиослушателей или телезрителей<sup>4</sup>.

Сначала коллеги такую практику не очень приветствовали. Например, в 1957 г. первая телезвезда – специалист по европейской дипломатической истории Тэйлор, собиравший миллионные телевизионные аудитории, будучи уже очень известным историком, не получил должность *Regius Professor*<sup>5</sup> в Оксфорде, потому что слишком увлекался подобными вещами (“because he did too much of that sort of thing”) [Daunton, 2008]. Однако уже в конце 1960-х гг. ситуация изменилась, и многие ведущие историки стали активно участвовать в производстве медийных знаний, особенно на телевидении, и воздействовать на общественное мнение. Историки появляются на телеэкранах не только в исторических, но и в актуальных политических программах, нередко они сами и создают для них повод.

Так, в 1980 г. немецкий историк Э. Нольте опубликовал в газете *Frankfurter Allgemeine Zeitung* статью “Негативная жизненность Третьего Рейха”, а в 1986 г. в той же газете статью “Прошлое, которое не хочет уходить”. В этих публикациях он утверждал, что отношение к прошедшему как к настоящему затрудняет анализ. В частности, в осмыслении нацистского прошлого, по мнению Нольте, это мешает осознанию родового сходства между нацизмом и большевизмом и пониманию того, что ГУЛАГ

---

<sup>4</sup> О сходном восприятии студентов бакалавриата и непрофессиональной аудитории говорят многие ученые: “Наши студенты, наша главная и плененная нами публика” [Burawoy, 2005, p. 6].

<sup>5</sup> *Regius Professor* – профессор, кафедра которого учреждена одним из английских королей (особенно относится к профессорам, руководящим кафедрами в Оксфорде или Кембридже, основанными королем Генрихом VIII). В 1957 г. кафедра (*Regius Professorship*) по истории в Оксфорде была вакантной, и на нее претендовали Тэйлор и Тревор-Роупер. Когда они оба в 1961 г. участвовали в теледебатах, Тревор-Роупер сказал: «Боюсь, что ваша книга “Происхождение Второй мировой войны” может повредить вашей репутации историка». На что Тэйлор ответил: “То, что Вы меня критикуете, нанесет ущерб вашей репутации как историка, если у вас она вообще есть”.

был предшественником Освенцима<sup>6</sup>. Другой немецкий историк, М. Брошат, напечатал в 1985 г. в журнале “Меркур” статью “В защиту историзации национал-социализма” с призывом нормализовать историографию о национал-социализме, подходить к событиям той поры с обычными историографическими мерками, перестать демонизировать Гитлера.

Статьи Нольте и Брошата, опубликованные в массовых печатных изданиях, вызвали колоссальную полемику. Позднее разгоревшаяся дискуссия получила название очередного “спора историков” (*Historiker-Streit*), хотя в ней участвовали не только (и не столько) профессиональные историки, но и “широкая общественность”. В частности, левые увидели здесь попытку релятивировать немецкую вину, а представители еврейской общественности заявили, что такой подход ставит под вопрос сингуляризацию (исключительный характер) массового убийства евреев, и тем самым отрицает особый характер Холокоста [*Der historische... 1990*].

Сегодня известных историков-профессионалов нередко можно увидеть в качестве ведущих и комментаторов серьезных исторических передач на западном телевидении, в первую очередь в программах английской *BBC*, американской *PBS*, спутникового канала *Discovery-Civilization* и т.д. Пост-тейлоровский период на английском телевидении продолжают такие телезвездные историки, как Р. Холс, Д. Старки, С. Шама. Почти все французские философы-постмодернисты, имена которых мы в России узнали в 1990-е гг. (Р. Барт, Ж. Делез, В. Декомб, Р. Жирар, К. Лефор, Э. Левинас, Ж. Липовецки, П. Рикер, М. Фуко и др.), были “раскручены” или даже созданы в 1960–1970-е гг. на французском телевидении и в интеллектуальной публицистике.

В это же время публичные ученые начинают использовать возможности медиа и для создания “мест встречи” профессионалов и не профессионалов: архивистов – с авторами фотоколлекций и дневников, ученых – с создателями документальных фильмов, инициаторами общественных расследований или борцами за социальные реформы. Так, с 1970-х гг. в западных странах традиционная публичная наука становится заметной как область деятельности ведущих профессиональных ученых. Она направлена как на презентацию результатов исследований на неакадемических форумах, так и на обсуждение “жгучих проблем современности”. Работа в медиасреде “перестает восприниматься как маргинальная, отныне она призвана стать как бы частью обычных атрибутов карьеры нового мандарина” [Пэнто, 2009, с. 10]. При этом важно подчеркнуть, что публичная наука не может существовать без академической науки – это ее первоначальный символический капитал.

## Причины и мотивы

Среди причин, обусловивших бурное развитие публичной науки, прежде всего называют процесс демократизации западного общества после 1968 г., усиливший формирование партисипаторного сознания и модели участия (партисипаторного действия), что во многом подорвало монополию академических ученых на знание. Речь в данном случае идет об “обобществлении” процессов производства научного знания, о власти, разделенной с публикой, и науке, принадлежащей публике [Frisch, 1990, р. XX, XXII]. Однако, в случае традиционной публичной науки, на мой взгляд, это не так важно, ибо здесь действует скорее устойчивый просветительский этос.

Гораздо более действенной причиной расцвета публичной деятельности гуманитариев стало изменение статуса университета. Сокращение бюджетов, жесткая конкуренция за студентов, поиски проектного финансирования и частных пожертвований заставляют университеты бороться за общественное признание [Vok, 2003; Kirp, 2003]. Используя название известной книги Р. Земски и У. Мэси, можно сказать, что

<sup>6</sup> Некоторые подходы к этой проблеме были намечены Нольте еще в монографии “Фашизм в его эпохе” (1963), но законченное выражение они получили в его книге “Европейская гражданская война (1917–1945). Национал-социализм и большевизм” (1989).

университеты становятся одновременно все более *market-smart and mission-centered*, то есть ориентируются одновременно на модель рыночного поведения и общественное благо [Zemsky, Massy, 2005]. Ориентации достаточно противоречивые, но обе нацелены на создание престижного бренда, акцентируют роль соответствующих технологий и предполагают активный пиар за пределами Академии.

Новая роль “университета для общественности” открыто прокламируется как ведущими, так и самыми что ни на есть захолустными образовательными институтами (многочисленные программы “Университет городу”, “Академия в публичном пространстве” и др.). Современные стратегии инвестиций в академическую карьеру связаны прежде всего с новой ситуацией в университете: рейтингованием, борьбой за абитуриентов, важностью отношений с местными сообществами и пр. Новая модель массового, бизнес-ориентированного университета мало общего имеет с моделью *liberal arts*, в основании которой лежат гуманитарные науки, и это делает традиционный статус профессора-гуманитария еще более проблематичным. Падение авторитета гуманитарных наук, сжатие гуманитарного надела признаются повсеместно. “Низведенные к периферийному статусу... гуманитарные науки лишились убедительной миссии в жаждущих престижа университетах. Сегодня гуманитарии в таких институтах сталкиваются с противоречивой задачей: участвовать в бешеной гонке за престижем, подрывая тем самым основы, отличающие их труд в сфере высшего образования” [Donoghue, 2008, p. 28].

Наконец, не стоит сбрасывать со счетов соблазны медиаславы, часто более доступной, быстрой и осязаемой, чем признание коллег-специалистов. Иногда, благодаря этой славе, ускоряется продвижение по карьерной лестнице или открываются возможности перехода в более престижный университет. Конечно, описанные выше тенденции характерны преимущественно для Запада. В российских университетах признание медийной популярности, поощрение ее и, соответственно, конвертация капиталов пока не очевидны.

## Новая роль медиа

Медиа востребуют символический капитал Академии по ряду причин. В “обществе знания” [Knorr Cetina, 1997; Stehr, 1994], каковым является современное общество, наука и ее представители наделяются особенно важным статусом. Модерный тип управления посредством научного знания, сбора и анализа информации сделало его значимым элементом массовой культуры.

Надо отметить, что медиа предлагают публичному ученому относительно автономную от научного сообщества среду, в которой складывается другая культура разговора о науке, принимаются во внимание другие интересы, действуют иные критерии признания. В то же время некоторая автономия от Академии и возможность самореализации в иной ипостаси совмещаются с зависимостью от власти медиа: ведь сама презентация научного знания подчинена правилам функционирования СМИ.

Понятно, что социальное знание, представленное на страницах массового издания или телепрограммы, не представляет собой просто сокращенную или упрощенную версию научного исследования. Понятно также, что из огромного резервуара текущей научной продукции в медиасферу попадает и становится доступной публике малая толика [Weiss, Singer, 1988, p. 3]<sup>7</sup>. Ответы на вопросы о том, как происходит выбор и как преобразуется научное знание, когда из области науки оно перемещается на тер-

---

<sup>7</sup> Интересные данные о соотношении научного и публичного секторов в области французской философии приводятся в исследовании, проведенном Л. Пэнто (правда, довольно давно – в 1987 г.). Сравнив университетские и интеллектуальные неспециализированные журналы, он установил, что группы авторов обоих типов журналов пересекаются весьма мало: лишь 7% авторов университетских журналов публикуются одновременно в каких-либо ведущих интеллектуальных журналах, в то же время около 60% авторов, сотрудничающих в этих последних, написавших хотя одну более или менее философскую статью, не принадлежат к университетскому миру [Pinto, 1987, p. 39].



риторию СМИ, во многом зависят от понимания характера журналистской профессии, механизма профессиональной карьеры в медиасреде и устройства самой этой среды.

В основе журналистской профессии лежит ежедневное или еженедельное создание новостей, работа в СМИ подчинена жесткому графику, а привлекательность продукции обеспечивает не только глубина содержания, но и провокация, актуальность, драматургия, интрига. Это касается и тем, и острых вопросов, и имиджа персонажей. Безусловно, и издателями, и журналистами востребован именно академический капитал ученого, но можно констатировать, что в системе академия–публика журналист – не только посредник. Поскольку успех и популярность журналиста подчиняются законам, отличным от принципов академической карьеры, и эти законы весьма жестки, журналисты, преследуя, в конечном счете, интересы собственного профессионального успеха, активно вторгаются в формирование научного дискурса. Выбирая темы, авторов и оппонентов, организуя дискуссии, провоцируя накал страстей, выстраивая драматургию презентации, они в итоге влияют на само содержание транслируемого учеными знания. Работа на своем (медийном) поле обеспечивают журналистам «не только статус особого участника, способного интерпретировать, ставить вопросы, судить держателей предполагаемой научной компетенции, но также дает им власть указывать тех, с чьим мнением стоит считаться в высших и ключевых вопросах “современности” (“конец истории”, “индивидуализм”, “постмодернизм”...), тех, в ком можно быть уверенным, что они ответят на вопросы, которые “все” ставят перед ними... При этом забывается, что сам факт классифицирования, когда, например, на безобидной газетной полосе некий автор или текст наделяются эпитетом философский, уже является вторжением в поле философии» [Пэнто, 2009, с. 5].

Постепенно, но достаточно энергично, стратегии, уже выработанные в других сферах медийной активности, начали распространяться на организацию передач с выступлениями представителей науки. Как пишет Т. Даунинг, автор более 200 телевизионных исторических фильмов, в середине 1990-х гг. документальные фильмы по истории достигли такой популярности, что ТВ-историю сравнивали с передачами по садоводству или кулинарии. Без тени юмора продюсеры искали среди историков эквивалент телевизде – шеф-повару Д. Оливеру [Downing, 2011, p. 28–30].

Феномен звездности (*stardom*) ученых связан с вездесущей сегодня культурой знаменитостей (*celebrity culture*) [Shumway, 1997]. Массмедиа необычайно усилили публичность и влияние знаменитостей, и сегодня знаменитость обладает более весомым, чем в прежние дни, социальным капиталом, который все увеличивается. В культуре звездности есть свои табели о рангах, в том числе знаменитости ранжируются и по географическому охвату: всемирно известные (например, поп-звезды, киноактеры или игроки футбольных команд Премьер-лиги), национальные и региональные. *Celebrity culture*, возникнув в среде развлечений и спорта, затем распространилась на другие области, охватив многие сферы общественной жизни, включая бизнес, издательскую деятельность, и даже Академию – отсюда и термин – *scilebrities* [Wernick, 1991; Hall, 1996, p. 149; Moran, 1998, p. 67–82].

Механизм невиданной ранее популярности ученых создается массмедиа, а изменения университетской политики в области самопозиционирования стимулируют охоту университетов за звездами и борьбу за их привлечение. Университеты, “скуная игроков”, стремятся иметь команду интеллектуальных звезд, подобно тому, как футбольные клубы, состязающиеся за Кубок мира, покупают футболистов [Izbitcki, 1997, p. 7]. И точно так же, как футбольная звезда может участвовать в передаче, посвященной моделям автомобилей или этикету, “звезда” медиевистики может оказаться в передаче, посвященной глобальному потеплению, а знаток И. Канта – в ток-шоу о техногенных катастрофах. Другое дело, что там, где важны академические репутации, ученый задумается, персонажем какой программы или передачи становиться не стоит. Еще раз напомним, что, говоря о феномене медийной славы применительно к публичной науке, я имею в виду академического ученого, а не журналистов, популяризирующих философское или научное знание.

Важно также, что для своего профессионального успеха журналисты должны оставаться в поле своей собственной компетенции, то есть выбирать понятные и близкие для себя сюжеты. При этом они ориентируются и на предпочтения публики, и на ее политические запросы, хотя многие редакторы программ уверены (и не без оснований), что именно они формируют вкусы и интересы аудитории.

Видимо, не только журналистские, но любые практики использования научного продукта в публичной сфере ведут к трансформации самого знания, часто радикальной. У. Бек в конце 1980-х гг. реализовал большую исследовательскую программу с целью понять, что происходит с социологическим знанием, когда оно используется – или не используется – в публичных, практико-ориентированных или административных контекстах. Основным результатом «оказался очень удручающим и многообещающим одновременно: использование социологического знания не имеет ничего общего с самим социологическим знанием (*being used*)... Мы обнаружили, что наши несоциологические “собратья по социологии”... – практики, лица, принимающие решения, журналисты и т.д. – реинтерпретировали и содержание социологических исследований, и так называемые “результаты”, руководствуясь своей системой отсчета и своими практическими целями» [Beck, 2005, p. 336, 337].

Роль журналистов в реконструкции научного знания еще более усиливается на телевидении в связи с быстрыми изменениями способов подачи материала. Во всяком случае, такова ситуация с телеисторией. Уже канула в прошлое не только эпоха Тэйлора, но и время коллажей из говорящих голов, интервью со свидетелями и архивной кинохроники в духе таких классических образцов, как 26-серийный документальный фильм о Первой мировой войне “Великая война” (*Great War. BBC, 1964*), или “Мир в войне” (*The World at War. ITV 1973*) – тоже 26-серийный документальный сериал о Второй мировой войне. В 2000-е гг. произошел гигантский скачок в использовании изображений, сгенерированных компьютером (*computer-generated imagery – CGI*). Теперь можно не просто слушать, глядя на картинку, а увлеченно наблюдать за сооружением древнеегипетских пирамид, битвой при Ватерлоо или бомбардировкой Ковентри. Так знание становится товаром не только в образовательной и управленческой средах, но и в сфере развлечений.

Есть еще проблема аутентичности. Пару десятилетий назад историки-консультанты следили за достоверностью интерьера, костюма, атрибутов. Постмодернистское сознание конца XX в. с релятивизацией статуса реальности способствовало размыванию границы между действительностью и вымыслом, а в *показе* научного знания – между аутентичным историческим изображением и фантазией на темы прошлого. Это снижает ценность специалиста и его компетентности. В этом отношении ситуация в социологии или философии иная: так как в этих науках острозаметные нарративы не удаются, тележурналистам ничего не остается, как терпеть говорящие головы. Зато в изобилии воспроизводятся шаблоны панелей, круглых столов и ток-шоу.

Конечно, публичная наука, представленная в медийной среде, разная, и все мы хорошо это знаем. Например, второй и четвертый каналы в Англии предлагают зрителям поп-историю и серьезную историю, а публичные ученые по-разному оценивают дивиденды, которые принесут им выступления на том или другом канале.

И безусловно, нельзя игнорировать факт обратного влияния. Формула интеллектуальной журналистики и набор “горячих тем” в последние десятилетия вырабатывались под воздействием “говорящих голов” крупнейших ученых современности. Некоторые представители академического мира, “особенно те, кто считают любую рекламу социальных наук занятием, недостойным ученого, подозревают, что большая часть информации о науке поступает журналистам непосредственно от тех относительно немногих социальных ученых, которые активно добиваются внимания СМИ. Что именно сообщается о социальной науке, может определяться не столько важностью тех или иных исследований для научной дисциплины и даже для медиа, сколько агрессивной предприимчивостью социальных ученых” [Weiss, Singer, 1988, p. 7].

## Соотношение академического и публичного ученого

Публичность ученого предполагает априорное разделение профессиональных и непрофессиональных контекстов его деятельности, “основное место работы” и “совместительство” или даже хобби, констатируя приоритет первого и растущую важность другого. На территории медиа на ученых распространяются критерии признания, во многом отличные от тех, что действуют в академической среде. Вне университета “необходимы собственная репутация, свое видение, своя методология, свое отнесение к ценности (“*Wertbeziehung*” у М. Вебера) и собственный голос, чтобы быть услышанным на ... публичных аренах” [Beck, 2005, p. 338]. Наряду с профессиональной компетенцией, требуются и навыки работы в медийной среде. Можно сделать и более сильное допущение, предположив, что участие в публичной деятельности и само существование этого поля как нормальной площадки для ученого ведет к трансформации культуры научного исследования и презентации его результатов.

Если мы говорим о тех, “кто пишут широко читаемые, обсуждаемые и влияющие на публику книги; тех, кто выступают в СМИ, освещая проблемы интерпретации прошлого, имеющие общественное звучание”, то речь идет о том, каковы стратегии, используемые учеными и определяющие их успех в этих сферах (по-видимому, они будут различными). Каковы механизмы трансформации “академического” ученого в “публичного”, когда он выступает в роли транслятора знания? Как преодолеваются ограничения академических дисциплинарных конвенций, как профессиональные знания и навыки совмещаются с формами общения ученого и непосвященной аудитории? Как преобразуется само это знание и опыт его производителя? Это – то же самое знание или уже нечто иное? Демократизация знания предполагает не только литературизацию, но и демократизацию слова. Новые нормы письма – интеллектуальное письмо – практикуются публичными учеными наряду с академическими. Конечно, литературно одаренных гуманитариев не так много, но, что гораздо важнее, их успех как в профессиональной, так и в читательской аудитории меняет (можно сказать, уже изменил) языковые стандарты научных текстов. Например, в исторической науке сознательно беллетристическая манера, способность свободно ставить себя на место своих героев, делать отступления, вставки и т.д., вплоть до написания вымышленных диалогов с историческими героями – все, что в XIX в. обеспечивало интерес публики, – возвращаются и обеспечиваются историкам беспорядный издательский успех. При этом нельзя пренебрегать и традиционными атрибутами ученого, поскольку символическую прибыль дает именно академический капитал. В языке должны присутствовать признаки научности и даже толика эзотерики.

Изучение разных регистров научной устной или письменной речи представляет собой отдельную и трудоемкую работу, и в данной статье я могу лишь указать на нее как на многообещающую исследовательскую перспективу (антропология профессиональных языков). В частности, материал для суждений могут дать интервью или анализ профессиональных и публичных текстов одного и того же ученого. Однако на сложность такой дилекции обращает внимание Э. Хобсбаум, ссылаясь в качестве примера на список книг, получивших с 1972 г. уже упоминавшуюся Премию Вольфсона по истории, которой награждают за выдающееся мастерство в создании книг по истории для широкой публики. По словам Хобсбаума, эти книги “в определенном смысле репрезентируют серьезную историю, бесспорно требующую оценки серьезных профессиональных историков, но адресованы они читателям, которые не обязательно являются профессионалами. И вы обнаружите, что это заслуживающие большого уважения, очень высокого уровня произведения. Это в основном первоклассные работы, но такие первоклассные работы, которые написаны для широкой публики” [Hobsbawm, 2008].

Если посмотреть на продукцию крупнейших интеллектуальных издательств мира, то мы увидим впечатляющее количество научных изданий, в том числе серийных, создаваемых усилиями крупных ученых и ориентированных как на профессиональных, так и на рядовых читателей. Многотысячные тиражи таких французских издательств, как *Vrin*, *GF Flammarion*, *Les classiques de poche* создают впечатление, что почти все фран-

цузские философы пишут для широкой публики. Наибольшей известностью медийного философа сегодня пользуется Л. Ферри, прославившийся своими популярными книгами “Религия после религии” (2004), “Кант. Чтение трех критик” (2006), “Семейства, я вас люблю: политика и конфиденциальность в эпоху глобализации” (2007).

Желание представить исторические исследования сразу двум аудиториям демонстрируют такие известные нашему читателю серии, как “Великие цивилизации” (*Les grandes civilisations*), 15 томов, публикуемых издательством *Arthaud* с 1973 г. (каждый том по 700–900 страниц), участие в которой принимали крупнейшие специалисты по истории разных регионов мира, или пятитомное исследование истории частной жизни (*Histoire de la vie privée*), созданное в 1980-е г. группой французских, британских и американских ученых под руководством прославленных историков Школы Анналов Ф. Арьеса и Ж. Дюби. В предисловии к первому тому этой серии, вышедшему уже после внезапной смерти Арьеса, Дюби, формулируя сложность исследовательских задач авторов–первопроходцев по “непаханому полю” истории частной жизни, пишет о намерении “следовать предложенным Арьесом маршрутом научного поиска... с тем же веселым азартом и с той же смелостью, что были ему присущи, с той живостью, что позволила ему не погрязнуть в университетской рутине” [История... 2014, с. 5].

\* \* \*

Осмысление феномена публичной науки о человеке по-новому ставит вопросы не только о границе между наукой и ее популярными версиями, но и о специализации и профессионализме ученого, по отношению к академическому труду которого публичная деятельность выступает в качестве отклоняющейся модели. Тем не менее мы видим, что под влиянием новых обстоятельств представители академии все активнее осваивают этот ресурс, связывая с ним как карьерные интересы, так и потребности творческой самореализации, невозможной на академическом поле. Стремление прибегнуть к внешним источникам, в том числе медийным, свидетельствует о том, что интеллектуальное производство вступило с культурным и экономическим капиталом в сложные отношения, обусловленные радикальными трансформациями как современных медиа, так и современного университета.

Как объяснил П. Бурдьё, культурный капитал может циркулировать относительно автономно внутри академического поля, но при этом является вполне конвертируемой валютой [Bourdieu, 1991, p. 170]. Схематично карьеру ученого, активного в публичной сфере, сегодня можно представить себе в виде самовоспроизводящихся витков, продуцируемых в результате обмена разных форм символического капитала: университет – медиапопулярность – академическая популярность (лучшие университеты, лучшие издательства, большая зарплата, лучшие студенты, оптимальная учебная нагрузка) – еще большая медиапопулярность.

В профессиональном сообществе, несомненно, должны вырабатываться критерии оценки собственной деятельности на поле медиа, способы различения хорошего и плохого. Но каковы они, если когнитивные критерии, релевантные для академической науки, здесь не работают или работают не вполне? Что означают понятия “истина”, “объективность”, “доказательность” в дискурсах публичной науки? Решение вопросов о легитимных способах презентации научного знания за пределами академических институтов, о конвенциях, по которым оно транслируется публике служителями науки, и о статусе публичной деятельности ученого в свете новой миссии университета остается важной задачей академического сообщества.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Зелдин Т. Социальная история как история всеобъемлющая // THESIS, 1993 [1976]. Вып. 1. Историческая культура императорской России: формирование представлений о прошлом. М., 2012.
- История частной жизни. Т. 1. От Римской империи до начала второго тысячелетия. М., 2014.

- Общественная роль социологии. М., 2008.
- Пэнто Л.* Философская журналистика // Sociologos. 05.06.2009.
- Савельева И.М.* Профессиональные историки в “публичной истории” // Новая и новейшая история. 2014<sup>a</sup>. № 3.
- Савельева И.М.* Публичная история как призвание и профессия // Генезис дисциплинарного поля в науках о человеке. М., 2014<sup>b</sup>.
- Сандерс Т.* Третий оппонент: защиты диссертаций и общественный профиль академической истории в Российской империи // Историческая культура императорской России: формирование представлений о прошлом. М., 2012.
- Abbott A.* Professions, sociology of // The International Encyclopedia of the Social and Behavioral Science. Amsterdam – New York, 2001.
- Beck U.* How not to Become a Museum Piece // The British Journal of Sociology. 2005. № 56 (3).
- Bok D.* Universities in the Marketplace. Princeton, 2003.
- Bourdieu P.* Language and Symbolic Power. Cambridge (Mass.), 1991.
- Burawoy M.* For Public Sociology. Presidential Address 2004 // American Sociological Review. Vol. 70. February. 2005.
- Daunton M.* Interview // Making History: the Changing Face of the Profession in Britain. The Institute of Historical Research, cop. 2008 (<http://www.history.ac.uk/makinghistory/resources/interviews/>).
- Donoghue F.* The Last Professors: the Corporate University and the Fate of the Humanities. New York, 2008.
- Downing T.* Television History // History Today. January 1, 2011.
- Evans J.* What is Public History // Public History Resource Center. May 8, 1999 ([http://www.publichistory.org/what\\_is/definition.html](http://www.publichistory.org/what_is/definition.html)).
- Frisch M.* A Shared Authority: Essays on the Craft and the Meaning of Oral History. Albany, 1990.
- Habermas J.* Strukturwandel der Öffentlichkeit. Neuwied: Hermann Luchterhand. 1962.
- Hall S.* On Postmodernism and Articulation. Ed. by L. Grober // Critical Dialogues in Cultural Studies. London–New York, 1996.
- Der historische Ort des Nationalsozialismus. Frankfurt a. M., 1990.
- History Sells. Angewandte Geschichte als Wissenschaft und Markt. Stuttgart, 2009.
- Hobsbawm E.* Interview Transcript // Making History: the Changing Face of the Profession in Britain. The Institute of Historical Research, cop. 2008 ([http://www.history.ac.uk/makinghistory/resources/interviews/Hobsbawm\\_Eric.html](http://www.history.ac.uk/makinghistory/resources/interviews/Hobsbawm_Eric.html)).
- Izbitcki J.* Word of Mouth? // Independent. January 30, 1997. E7.
- Kirp D.* Shakespeare, Einstein, and the Bottom Line. Cambridge (Mass.), 2003.
- Knorr Cetina K.* Sociality with Objects. Social Relations in Postsocial Knowledge Societies // Theory, Culture and Society. Vol. 14. № 4. November 1997.
- Korte B., Paletchek S.* (Hg). History Goes Pop. Zur Repräsentation von Geschichte in populären Medien und Genres. Bielefeld, 2009.
- Marrou H.-I.* De la connaissance historique. Paris, 1954.
- Moran J.* Cultural Studies and Academic Stardom // International Journal of Cultural Studies. April. 1998. Vol. 1.
- Pinto L.* Les Philosophes entre le lycée et l'avant-garde. Les métamorphoses de la philosophie dans la France d'aujourd'hui. Paris, 1987.
- Shumway D.* The Star System in Literary Studies // PMLA: Publications of the Modern Language Association of America. January 1997. Vol. 112. № 1.
- Stehr N.* Knowledge Societies. London, 1994.
- Weiss C., Singer E.* Reporting of Social Science in the National Media. New York, 1988.
- Wernick A.* Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression. London, 1991.
- Zemsky R., Massy W.F.* Remaking the American University: Market-smart and Mission-centered. Rutgers University Press. 2005.