

УДК 007 : 304 : 070

## МУДРЕЦЬ VERSUS ЕКСПЕРТ: РОЛІ ПУБЛІЦИСТА У МЕДІАСФЕРІ

**Андрій Мельник**

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Генерала Чупринки, 49, Львів, 79044, Україна,  
e-mail: [andriy.melnyk12@gmail.com](mailto:andriy.melnyk12@gmail.com)*

У статті йдеться про співвідношення двох визначальних для сучасної медіасфери ролей публіциста — мудреця та експерта — та етичні наслідки домінування останньої моделі для аудиторії мас-медій.

**Ключові слова:** експерт, мудрець, публіцист, медіасфера, особистість, етос, персоналізм.

Основна теза цієї статті, яка, сподіваємось, не є несподіванкою для тих, хто хоча б побіжно стежить за «інтелектуальним сегментом» українських та світових мас-медій, така: мудрець сьогодні поступається своїм місцем експертові. Звісно, йдеться лише про медіапростір, однак, зважаючи на той факт, що медіапростір нині фактично поглинає простір «реальний», тобто немедійний, складається враження, що у мудреця немає жодних шансів вийти із тіні.

2005 року американський журнал *Foreign Policy* спільно із британським виданням *Prospect* започаткували рейтинг «Топ-100 світових мислителів» (“*Top 100 Global Thinkers*”). З 2008 року його щорічно публікує *Foreign Policy*. До списку потрапляють як ті, кого можна назвати публічними інтелектуалами — філософи, науковці, письменники, журналісти, так і політики, бізнесмени, громадські активісти, які відзначились не стільки своїми ідеями, скільки вчинками чи неординарними рішеннями. Якщо у першому 2005 року рейтингу переважну більшість позицій займали мислителі, то у рейтингах 2010, 2011 та 2012 років на найвищих щаблях домінували «люди дії» — політики і громадські діячі. Проглянувши один із цих рейтингів, оглядач видання *Financial Times* Гідеон Рахман резонно запитує: «Куди зникли усі мислителі?» [8]. Відповідей кілька. По-перше, потрібна часова дистанція, яка допоможе розпізнати у наших сучасниках видатних мислителів. Хоча, як зауважує автор, якщо б склали подібний рейтинг 150 років тому, до нього, ймовірно потрапили б Чарлз Діккенс, Джон Стюарт Мілль, Карл Маркс, Федір Достоєвський та інші значні персони, які, якщо їх зіставити із фігурантами рейтингів *Foreign Policy*, виглядають велетнями проти пігмеїв. По-друге, брак справжніх мислителів можна пояснити умовами медіатизації, яка сприяє наддоступності інтелектуалів і змушує їх бути завжди у полі уваги аудиторії. Якщо б, зауважує Рахман, Джон Стюарт Мілль

мусів постійно виступати на телебаченні, а Махатма Ганді п'ять разів на день публікував повідомлення у мережі Twitter, вони б справляли враження не таких харизматичних людей і менш глибоких мислителів.

Чи можна трактувати цю ситуацію як поразку мудреця? Таке твердження звучить вельми сумнівно. Пригадаймо негативне ставлення Сократа — одного із «архетипних» мудреців, мудреця *par excellence* — до письма, цього першого засобу, який уможливив масове тиражування думки. Таку позицію можна сприймати, як спротив мудрості, яка чинить опір масовості і загальнодоступності. Тому медіативна маргіналізація мудреця сьогодні не має виглядати як щось нове; зважаючи на історичний досвід і статус мудрості у різні часи, мудрець не може претендувати на роль щоденного порадирика і коментатора поточних подій — цю функцію сьогодні успішно виконує експерт.

Одна із підстав для виокремлення цих двох постатей-моделей — уже класичне розрізнення між мудрістю і знанням [3]. Якщо знання базується на знанні фактів, емпіричному досвіді і умінні аналізувати, то мудрість, як висловився Жак Марітен, «це знання, яке отримане із найвищих джерел, яке відкривається у найбільш глибокому і простому світлі» [3, с. 10]. У релігійному трактуванні, мудрість має божественну природу, а її людський варіант є лише намаганням і шляхом до її осягнення. Тому релігійний ореол навколо мудрості і мудреця (навіть якщо мудрець не є духовною особою) цілком закономірний, а особа мудреця сприймається як представник марітенівських «найвищих джерел», а не якоїсь визначеної галузі — наприклад, соціолог, політолог, економіст або просто експерт. Ведучи мову про мудреців та експертів, ми розглядаємо ці ролі як «ідеальні типи» (у веберівському сенсі)

Мудрець як носій мудрості є не лише знавцем теорії, він реалізує її практично, учення і спосіб життя складають в особі мудреця єдине ціле. Згідно із тлумачним словником В. Даля, «мудрий — це той, хто спирається на добро та істину; праведний, який поєднує в собі добро і правду, у вищій мірі розумний і добродійний. Відповідно мудрість визначається як властивість мудрого, як премудрість — поєднання істини і блага, вища правда, злиття любові та істини, вищого стану розумової та моральної досконалості» [5, с. 5]. «Розумний і добродійний» мудрець — це той, до кого здійснюють паломництво, той, кого треба побачити на живо (очевидно саме про мудреців писав цитований вище Р. Емерсон), адже в мудрецеві важливе не лише його вчення, але й його особа, тобто його етос — аж до дрібниць — буденної поведінки і тембру голосу. Мудрець є водночас носієм і уособленням цінностей, адже демонструє, яким чином ціннісні орієнтири стають орієнтаціями. Етичне становлення особистості важко уявити без мудреця як морального орієнтира (ним може бути як батько, дідусь чи інший старший член родини, так і Конфуцій чи Махатма Ганді.)

Образ мудреця, крім щойно наведених рис, часто ставав заручником стереотипних уявлень, а то й насмішок. Відома легенда про одного із семи давньогрецьких мудреців, засновника натурфілософії Фалеса Мілетського розповідає про прогулянку мудреця, під час якої той, поринувши у роздуми і за звичкою дивлячись на небо, спіткнувся і впав у яму. Жінка, що побачила це, цілком резонно зауважила: як може Фалес пізнати таємниці неба, як він взагалі може відповісти на питання про першопричину буття, якщо він не бачить того, що у нього під ногами. Інший давньогрецький жарт висміює стереотипний образ

мудреця як сивочолого і бородатого старигана-схимника: якщо борода — це ознака мудрості, тоді й бородатий цап може вважатись мудрецем.

У цих жартівливих прикладах приховано натяк на основні звинувачення проти мудрості: маскування під мудреця і зловживання його образом, а також набагато серйозніший закид — відірваність мудреця від практики і «реальних» проблем. Уже в епоху Відродження Еразм Роттердамський у блискучому памфлеті «Похвала глупоті» переконливо показав, що в умовах, коли оманлива і вдавана мудрість цінується переважно як статусна і показна річ, справжню скромну і непомітну мудрість вважають дурістю і дивацтвом. Уже наприкінці ХХ сторіччя французький філософ Жан-Мішель Беньє, автор книжки «Роздуми про мудрість», висловлює неприхильність до тієї мудрості, для якої «щастя — в нерухомості та в прийнятті абсурдності світу» [1, с. 23]. Натомість, єдино людям йому видається «мінімальний мудрець, якого визначають за такою чесностю, як обережність. Він — єдиний, хто не призводить до збентеження неофіта, оскільки він в основі своїй здатний помилятися та загрузлий у тенета буденності. Він, до речі, рідко думає про те, щоб узяти собі патетичне найменування мудреця. Його зразковість ніколи не є досягнутою назавжди, і йому потрібно весь час ставити на кін свою репутацію під час стикання з несуттєвою реальністю, з якою він має рахуватися, як і будь-хто інший» [1, с. 25]. Фактично, Беньє, повторюючи ще античні звинувачення, вимагає від мудреця займати позицію публічного інтелектуала, а не віддаленого від суєтних мирських справ аскета. Послуговуючись типологією, яку пропонує у своїй філософсько-публіцистичній праці «Загублена українська людина» уже неодноразово згадуваний М. Шлемкевич, у сучасних умовах мудрець має бути радше не сковородинівською, а шевченківською людиною, цебто активно втручатись у поточні справи за допомогою свого слова. Якщо у стародавніх Афінах спрагли мудрості мали шукати Сократа і сподіватися на його прихильність для того, щоб він з ними заговорив, мудрець епохи медій має самочинно виходити до публіки, не чекаючи, доки його хтось покличе.

Перетворюючись на медіатизовану публічну фігуру, мудрець часто стикається із антагоністичною щодо його етосу постаттю експерта. Звичайно, «мудреця» та «експерта» варто розглядати насамперед як досить умовні позначення ролей, втілення яких на практиці може бути плинним і нечітким. Зрештою, особа, яку називаємо мудрецем, може поводитись по-різному — як сократівський іронік-дивак чи як релігійний проповідник, і ці «маски» передбачають зовсім різні етоси. Однак, при усій умовності нашого поділу, експерта важко уявити у ролі морального авторитета. Експертом є фахівець у певній галузі знання, який з позиції цього знання здійснює фахову оцінку (експертизу) якогось об'єкта, явища чи проблеми. Дуже часто він це робить на замовлення. Публіцист-експерт має бути компетентним у тій галузі, в якій здійснює оцінку, тоді як простір «компетенції» (це слово ми вважаємо не зовсім доречним щодо носія мудрості) мудреця не обмежується якоюсь визначеною науковою цариною, її можна окреслити таким містким поняттям, як «життя». Відтак, експерт є носієм компетенції, мудрець — цінностей, які він ретранслює усією своєю поставою.

Звання експерта передбачає для інтелектуала дещо інший тип відповідальності — не перед суспільством чи істиною, а перед тим, хто замовляє експертизу. Як зазначає російський антрополог Сергій Ушакін, «питання про особисту відповідальність експерта за реалізацію його пропозицій винесено за

рамки його «функціональних обов'язків» і замінено бюрократичною відповідальністю за підготоване рішення» [6, с. 12]. Безумовно, для такого типу інтелектуала-чиновника питання про відповідальність може взагалі не стояти, а заміщатись субординацією і лояльністю до роботодавця. Навіть якщо інтелектуал позиціонує себе як експерт у публічній сфері, це в принципі теж не впливає на зміну типу його відповідальності, адже він висловлюватиметься із позицій тієї галузі, у якій він компетентний. (Звичайно, якщо це не особливий вид «експертів» або «аналітиків» у невизначеній сфері, який широко присутній на українському телебаченні, особливо у ток-шоу, і який залучається в ефірі не для фахової оцінки, а для висловлювання зручних, рейтингових чи просто заздалегідь замовлених тез.) Як зауважив свого часу Волтер Ліппман, «лише те знання справді неупереджене, яке отримане в результаті вільних пошуків. Стаючи політиками, членами адміністрацій, керівниками і лідерами політичних угруповань, ті, хто покликаний учити й учитися йдуть на неминучий компроміс. В їхніх словах віднині немає неупередженості. У їхніх дослідженнях віднині немає справжньої науки. Поєднати прихильність до знань із здійсненням політичної влади неможливо. І той, хто намагався досягнути цього, виявлявся або поганим політиком, або нікудишнім ученим» [6, с. 15].

Домінування експерта у сфері медій означає не просто перевагу однієї ролі над іншою; воно має, на наш погляд, значні етичні наслідки і великою мірою проблематизує роль медій у формуванні цілісної особистості. Досліджуючи вплив ЗМІ на формування особистості, британський теоретик Джон Томпсон зазначає, що «з розвитком модерних суспільств процес формування особистості (self-formation) стає більш рефлексивним і відкритим, тобто індивіди змушені покладатись на власні ресурси, щоб сформувати цілісну ідентичність» [9, р. 207]. Разом з тим процес формування особистості усе більше підживлюється медіатизованим символічним матеріалом, який збільшує кількість факторів, які впливають на самотворення, і послаблює зв'язок між формуванням особистості і локальним досвідом, адже за допомогою медій індивід отримує доступ до знань, які він ніколи б не міг здобути, не вступаючи в опосередковану квазі-взаємодію (термін Томпсона, який означає медіатизовану комунікацію, що не передбачає безпосередності і симетричності.) «Сьогодні ми живемо у світі, в якому набуття досвіду відокремлене від безпосередньої взаємодії», — підсумовує Томпсон [9, р. 209].

Парадигма «публіцист-реципієнт» (якщо йдеться про справжню взаємодію) передбачає контакт двох особистостей. Однак ЗМІ як середовище опосередкованої квазі-взаємодії може створювати у реципієнта ілюзію симетричного контакту, на чому наголошував Д. Томпсон. У таких випадках можна спостерігати досить комічні зізнання учасників медіадосліджень, які сприймають публічних осіб чи телеведучих як своїх особистих друзів або навіть членів сімей. Наприклад, один із американських телеглядачів так узагальнив свій досвід: «Я виріс, дивлячись по телевізору Волтера Кронкайта... Ми через багато що пройшли разом. Політ людини на Місяць і таке інше» [2, с. 120]. У цьому пасажі — яскравий зразок наївної віри телеаудиторії у прямий контакт із омріяним героєм, який виявляється найкращим другом — і саме дистанція і медіатизованість парадоксальним чином роблять його найближчим співрозмовником і порадиником, адже він не заперечує, не критикує і завжди з'являється в один і той самий час, тобто поводить себе цілком зрозуміло і передбачувано.

Пошук таких медіаперсонажів можна назвати однією з основних небезпек, пов'язаних із мас-медіями, адже таким чином вони створюють симулятивну соціалізованість. Однак у словах американського «друга» Волтера Кронкайта є риса, яка характеризує не лише пересічного телеспоживача, але й будь-яку іншу людину до настання епохи медій — потреба в іншій особистості, прагнення Іншого. Такий мотив може набувати форми поклоніння перед кумиром або ж бажання узгодити свої дії із моральним авторитетом. Так чи інакше, але, як висловився свого часу французький філософ і публіцист Емманюель Муньє, «первинний досвід особистості — це досвід «іншої» особистості. (...) Особистість існує тільки у своєму прагненні до «іншого», пізнає себе тільки через «іншого» і знаходить себе тільки в «іншому» [4, с. 479]. Ці слова важко назвати оригінальними, зважаючи на традицію філософії діалогу. Проте Е. Муньє проголошував цю істину не лише у стінах свого кабінету, навпаки він намагався її максимально популяризувати, зробити елементом практичної моралі і політики. З цією метою він разом із гуртком однодумців у жовтні 1932 року заснував журнал «Esprit», завданням якого була популяризація цієї та інших ідей філософії персоналізму. Це видання, що виходить досі шість разів на рік і має статус одного із найповажніших інтелектуальних часописів Франції, можна вважати зразком некабінетної публічної філософії, філософської (світоглядної) публіцистики, філософії, яка цікавиться поточними проблемами.

Важливість Іншого розкривається не лише з персоналістської точки зору, але й з погляду соціалізації особистості. Психологи зауважують, що особливим чином ця значущість виявляється для молодих людей, для повноцінного інтелектуального й морального розвитку яких потрібне спілкування не стільки зі своїми однолітками, скільки зі старшими за віком людьми, адже лише за такої умови можливе навчання. Сьогоднішня ситуація медіатизованої квазі-взаємодії дозволяє шукати таких особистостей за межами кола найближчого оточення. Хоча ще у середині XIX сторіччя, коли така можливість була недосяжною, Ралф Емерсон висловив натхненне прагнення пошуку особистостей-орієнтирів словами із есею «Користь великих людей»: «Знайти велику людину — ось мрія юності і одне із найважливіших прагнень зрілого віку. Ми вирушаємо у чужі краї, щоб віднайти його творіння і — якщо можливо — поглянути на нього хоча б раз. (...) Я не вирушу в дорогу для того, щоб подивитись на розкіш, багатство, гостинність якогось народу; на безхмарність якихось небес, на зливки металу: це коштує надто дорого. Але якщо би був компас, який вказав мені ті країни, ті домівки, де живуть люди, багаті і могутні внутрішнім змістом, — я продам все, що маю, куплю цей компас і сьогодні ж вирушу до них» [7, с. 211-212].

Емерсон називав великих людей «представниками людства», зараховуючи до них Платона, Сведенборга, Монтеня, Шекспіра, Наполеона і Гете, а Карл Ясперс у своїй знаменитій концепції «осьового часу» відводив «учителям людства» — давньогрецьким філософам, Конфуцію, Лао-Цзи, Заратустрі, біблійним пророкам — ключову роль у зміні парадигми світової історії. Усі вони, безперечно, були носіями нових знань, проповідниками нової моралі і носіями непересічних етосів, які можуть бути універсальними зразками для наслідування.

Комплексність етосу мудреця зумовлює той факт, що його присутність у ЗМІ, особливо на телебаченні, — досить проблематична. Якщо в рамках усталеного телеформату, чітко визначеного хронометражу реплік у різноманітних ток-шоу експерт почуває себе досить звично, адже модель «запитання-

відповідь» його цілком влаштовує, то мудрець постає перед низкою викликів — відсутність достатнього часу для розгортання думки, попередня визначеність теми, вимога пристосувати свій лексикон до рівня пересічної аудиторії і т.д. Якщо для фахівця його експертність є просто маскою, він виконує певну роль, передбачену сценарієм, то мудрець презентує усього себе, свою особистість, його роль зливається із його особистістю, адже мудрість є не просто кодексом порад, а насамперед практикуванням і стилем життя. Зважаючи на це, шлях мудреця до масових популярних ЗМІ залишається закритим.

Із наших міркувань можна зробити висновок, що публіцистична творчість є для мудреця чи не єдиним релевантним шляхом до публічної сфери. Це значно вужча ніша, яка ніколи не зможе дорівнятися до п'ятничного прайм-тайму на рейтингових телеканалах, проте вона дає змогу налагодити зв'язок із аудиторією, яка зможе адекватно сприйняти ціннісно-смысловий етос мудреця.

1. Бенъе Ж.-М. Роздуми про мудрість / Ж.-М. Бенъе. — К.: Ніка-центр, 2003.
2. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / П. Винтерхофф-Шпурк. — Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2007.
3. Маритен Ж. Знание и мудрость / Ж. Маритен. — М.: Новый мир, 1999.
4. Мунье Э. Персонализм / Э. Мунье // Манифест персонализма. — М.: Республика, 1999. — С. 459-539.
5. Павленко Ю. Мудрість і мудрий / У кн.: Бенъе Ж.-М. Роздуми про мудрість / Пер. з фр. — К.: Ніка-центр, 2003. — С. 5-22.
6. Ушакин С. Функциональная интеллигентность / С. Ушакин // Полис: Политический исследования. — 1998. — № 1(43). — С. 8-23.
7. Эмерсон Р. У. Представители человечества. Польза великих людей / Р. У. Эмерсон // Нравственная философия. — Минск: Харвест, 2000. — С. 211-227.
8. Rachman G. Where have all the thinkers gone? / G. Rachman // Financial Times. — 2011. — 24 Jan.
9. Thompson J. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media / J. Thompson. — Cambridge: Polity Press, 1995.

### **SAGE VERSUS EXPERT: ROLES OF THE PUBLICIST IN MEDIASPHERE**

**Andriy Mel'nyk**

Ivan Franko National University of Lviv,  
Generala Chuprynky str. 49, Lviv, 79044, Ukraine

**E-mail:** [andriy.melnyk12@gmail.com](mailto:andriy.melnyk12@gmail.com)

The article deals with the relationship between the two defining for modern mediasphere roles of publicist — sage and expert — and ethical implications of dominance latest model for the audience of the media.

**Key words:** expert, sage, publicist, mediasphere, personality, ethos, personalism.

**МУДРЕЦ VERSUS ЭКСПЕРТ:  
РОЛИ ПУБЛИЦИСТА В МЕДИАСФЕРЕ**

**Андрей Мельник**

Львовский национальный университет имени Ивана Франко,  
ул. Генерала Чупрынки, 49, Львов, 79044, Украина

**E-mail:** [andriy.melnyk12@gmail.com](mailto:andriy.melnyk12@gmail.com)

В статье идет речь о соотношении двоих определяющих для современной медиасферы ролей публициста — мудреца и эксперта — и этические последствия доминирования последней модели для аудитории масс-медиа.

**Ключевые слова:** эксперт, мудрец, публицист, медиасфера, личность, этос, персонализм.

*Стаття надійшла до редколегії 11.10.2013*

*Прийнята до друку 14.10.2013*