

Миколайович ; КНУ ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2004. — С. 15.

2. *Констан Б.* Питання про свободу преси / Б. Констан. — 1814.
3. Конституція України від 28 червня 1996 року // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 30. — С. 141.
4. Соціологічна служба Центру Разумкова. Які права Ви б назвали найважливішими? (динаміка, 2006—2009) [Електронний ресурс] / Соціологічна служба Центру Разумкова. — 2009. — Режим доступу: <http://www.religion.in.ua/news/180-dlya-ukrayinciv-vazhlive-dotrimannya-prava-na.html>.
5. *Шевчук П.* До питання про стосунки між судовою владою і засобами масової інформації через призму розгляду цивільних справ / П. Шевчук // Матеріали науково-практичної конференції «Судова практика у справах за позовами до ЗМІ» 13—14 травня 1999 р. — К., 1999. — Т. 1. — С. 10—11.

Ольга Мітчук

ЛІБЕРАЛЬНИЙ КОНТЕКСТ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Проаналізовано проблеми функціонування ліберального контенту та ключових чинників функціонування ліберального контенту в соціальних комунікаціях, у контексті фіксації та створення ним інформації для публічного обговорення реальної в сучасному та історичному вимірах суспільно-політичної ситуації, що дасть можливість проаналізувати ступінь її можливості її вільної інтерпретації в суспільстві.

Ключові слова: ліберальний контент, лібералізм, мас-медіа, соціальні комунікації.

Проанализированы проблемы функционирования либерального контента, а также ключевых факторов функционирования либерального контента в социальных коммуникациях, в контексте фиксации и создания им информации для публичного обсуждения реальной в современном и историческом измерениях общественно-политической ситуации, что позволит проанализировать степень и возможности её свободной интерпретации в обществе.

Ключевые слова: либеральный контент, либерализм, масс-медиа, социальные коммуникации.

The problems of functioning liberal content and key factors for functioning of liberal content in social communications in the context of fixa-

tion and creation of information to the public discussion of the real in contemporary and historical dimensions of socio-political situation, which will enable us to analyze the extent and the possibility of its free interpretation in society have been analyzed.

Key words: *liberal content, liberalism, mass media, social communications.*

Лібералізм може бути визначений як феномен індивідуалістичної ідеології соціально-політичних теорії і практики, які стосуються усієї палітри суспільних поглядів. Цей феномен заснований на тій ідеї, що життя є постійною матрицею конфлікту між свободою і владою, а кожна людина повинна мати необмежену свободу розпоряджатися своєю особистістю або в контексті того, що запропонувала суспільству сама, або при використанні отриманого суспільного надбання, але таким чином, щоби не обмежувати свободу інших людей [2].

Нині вже класичним видається бачення лібералізму Діном Расселом: це — антонім для терміна «авторитарний» і означає «той, хто відкидає ідею використання насильства чи загрози насильства — легального чи нелегального — для того, щоб нав'язати свою волю або точку зору світові» [15].

Утім, на думку багатьох дослідників, жодного стосунку до сучасних проблем свободи і детермінізму в суспільно-політичному та соціально-комунікаційному житті первісний контекст феномену лібералізму немає.

Сучасний лібералізм, на відміну від фундаментальних засад лібералізму класичного, часто називають безкомпромісною технологією невтручання. М. Фрідман при цьому вважає, що така безкомпромісність є відносною, адже від «вільного ринку» докапіталістичних часів утилітарність підходів до свободи змінилась, мислення прокапіталістичної мотивації набуває широкої ваги [8].

Американська школа лібералізму є суцільно прокапіталістичною саме тому, що її засновники та ідеологи вважають капіталізм найбільш вдалим майданчиком для втілення ліберальних ідей. І справді, світ соціальних комунікацій породжує безліч часто взаємовиключних практик. Складно іноді зрозуміти, наскільки ліберальні течії тісно пов'язані з ринком соціальних комунікацій, а сучасний борець за якусь ідеологію може називати себе лібералом — згадаймо Дмитра Табачника [5].

Варто, однак, підкреслити, що сучасний лібералізм не тільки демонструє відмежування від класичного, американського, лібералізму, а навіть зневажає його. Це пов'язано з еволюцією сучасного лібералізму — лібералізму невтручання. З погляду сучасних лібералів — таких, наприклад, як М. Ротбард, — спостерігаємо «виродження лібералізму» — за М. Ротбардом, не лише через «дегенерацію відносин і стратегій», а й через відмову від певних принципів. Класичні ліберали змирилися з тим, що держава втручається у справи громадянина, беручи на себе право регулювати ключові напрями життя суспільства.

Прихильники сучасного лібералізму не відмовляються від спадщини «ліберальних зобов'язань», вони відчують історичну відповідальність за практику тих, хто стояв біля витоків лібералізму та плекав його у наступні століття, — навіть різкий критик сучасних демократичних практик Девід Боаз зізнається: «Це (сучасний лібералізм. — *О. М.*), безумовно, ніякий не неологізм, це — лібералізм із занадто великою кількістю складників» [10, р. 53].

У контексті неоднозначного ставлення до визначення сучасних і «класичних» лібералів корисно буде проаналізувати їхнє ставлення до лівацтва, зокрема соціалізму. М. Ротбард іронічно зауважував, що лібералізм — ідеологічна суміш консерватизму, розчиненого соціалістичними ідеями [7]. Це — гібрид, тому що лібералізм намагається досягти цінностей (свобода, вільний світогляд, гармонія розвитку особистості) за допомогою нав'язування консервативних старих методів — етатизму, колективізму, продукування ієрархічних привілеїв. Соціалізм видається недоцільним для позитивного самосприйняття лібералом.

І тут ми стикаємось із надзвичайно важливою для практики сучасних соціальних комунікацій проблемою співвідношення ліберального й об'єктивного в контенті медіа. Для формування ідеології лібералізму в соціальних комунікаціях був особливо важливим підхід до бачення ліберального контексту життя з огляду на раціоналізм та об'єктивізм. Творець цього дискурсу, Айн Ренд (а насправді — Аліса Розенбаум [9]), викладаючи принципи дотичності лібералізму та об'єктивізму, вважала, що на практиці йдеться про вибір між розумом і реальністю. А. Ренд проголосила об'єктивне існування незалежної реальності, яку формують носії контенту в соціальних комунікаціях і яка приводить до певних засад раціоналізму.

Найдосконалішим показником раціональних потенцій соціальних комунікацій є комунікаційний ринок, який виставляє цілком справедливу оцінку як носіям контенту в соціальних комунікаціях, так і аудиторії, — отже, перевага безкомпромісного капіталізму у його стосунках з утилітарними внутрішньокомунікаційними трендами є беззаперечною.

Дослідження коріння лібералізму змусить нас заглибитись у минуле, до теорії Джона Грея [1], який стверджував, що будь-які ліберальні інститути розглядаються як втілення загальнолюдських цінностей. Тож лібералізм став рецептом універсальної системи.

Не можна відкидати й інші джерела лібералізму. Наприклад, спадщину дещо спекулятивного бажання волонтаризму, притаманного Вільяму Оккамі [6], який чітко ідентифікував свободу спонтанності, практичний порядок, проголошення повної незалежності держави від Бога, або цілої низки авторів теорії двох істин: релігійної та раціональної [3].

Принципово в основі будь-якої ліберальної доктрини лежить передбачення трансцендентності відключення від політичного чи комунікаційного офіціозу. Подібна відстороненість людини від суспільства може бути зрозумілою в абсолютному значенні та значенні менш радикальному, помірному. Поняттєво-контентний ландшафт лібералізму в соціальних комунікаціях є складним. Окреслимо стисло ключові доктрини сучасного лібералізму і — в контексті практики — ключові ознаки їхнього впливу на соціальні комунікації.

Перша доктрина — лібералізм анархо-капіталістичний, або лібералізм вільного ринку соціальних комунікацій. Ця доктрина передбачає ліберальне кредо: немає людини або групи людей, які прагнуть до агресії менеджменту або контенту, спрямованих проти людини або власності іншої людини. Ця доктрина може бути схарактеризована як «аксіома ненападу», а агресія визначається як застосування брудних технологій контентного засилля — а отже, є порушенням прав аудиторії. Подібну агресію можна доволі широко тлумачити, що ускладнює визначення конкретних дефініцій явища анархо-капіталістичного лібералізму. Втім, тенденції свідчать на користь того, що ця доктрина має чи не найбільш завершений характер боротьби за свободу слова.

Цікаво, що за повнотою і обґрунтованістю наданих фактів на користь існування цієї доктрини є доволі радикальна спадщина со-

ціолога Роя А. Чайлдза, який вважав, що на найбільший осуд заслуговує комуністична ідеологія. Він вважав, що в «червоній державі» все є злодійством, масовим журналістським убивством і рабством. Комунізм та його ідеологія є цілковитим антагонізмом анархо-капіталістичного лібералізму, оскільки зосереджує в собі риси «найбільшого, вічного й організованого агресора, що порушує недоторканність особи і власність його думки». Так він прокоментував ситуацію навколо напружених стосунків між Сходом і Заходом [12].

Друга доктрина — лібералізм контрактний, або лібералізм маленький (обмежений). Це замкнена, певним чином корпоративна система існування згоди на спільний контент — певний елемент захисту від конкурентів. Гарвардський філософ Р. Нозик, чия робота «Анархія, держава і утопія» [4] вважається найкращим аналізом контрактного лібералізму, твердить, що людині не варто розглядати соціальні комунікації як засіб для досягнення інших цілей, так само як і створювати із соціальних комунікацій «адміністратора власної особистості».

Ще один вид (Р. Нозик пише — «варіант») контрактного лібералізму представляє канадський вчений Джеймс Макгілл Б'юкенен — мораль за згодою [11]: суспільство може шукати певні вигоди і комфорт від корпоративного лібералізму. Утилітарний принцип суспільної вигоди повинен ґрунтуватись на моральній оцінці контенту. Дотепна пропозиція «потенційного тендеру» змісту виступів соціальних комунікацій принципово може гарантувати доволі чітке зацікавлення певним колом аудиторії цілою групою носіїв контенту в соціальних комунікаціях, які проповідують «морально нейтральні» правила розповсюдження контенту.

Завдяки застосуванню методології, розробленої на основі спостережень за поведінкою аудиторії, теорію Б'юкенена також називають «конституційною економікою», в межах якої менеджмент порівнюється із грою, яка для аудиторії, що вивчалася, стала стратегією обов'язкового виконання, а «нейтралітет людини економічно обґрунтованим», оскільки неприйняття до уваги економічних факторів формування особистості призводить до негативного наслідку функціонування контенту.

Третя доктрина — лібералізм агоризму (термін є похідним від грецького «агоніст» (RIS), що означає «вільний ринок»). Прихиль-

ники цієї доктрини афілійовані з тенденціями конкретного вираження ліберального лівацтва, проте далекого від соціалізму, зокрема, варто відзначити Самюеля Едварда Конкіна, автора «Нового ліберального маніфесту» [14]. Лібералізм агоризму має прояви крайнього анархістського ставлення до держави і будь-яких інших інституціональних структур. Ліберальні агористи критикують, до прикладу, анархістів за те, що вони обслуговують, зокрема, політиків, — тому що не тільки беруть участь у виборах, а й широко свою участь і ці вибори висвітлюють у носіях контенту.

Четверта доктрина — палеолібералізм, відомий також як консервативний лібералізм, — тенденція, що є поєднанням радикального анархо-капіталізму з консерватизмом у сфері формування громадської думки і яка — певним парадоксальним чином — має стосунок до України — міста Львова зокрема.

Ключові положення ставлення представників палеолібералізму до соціальних комунікацій такі:

1. Об'єктивні норми моралі тісно пов'язані з вільною і цивілізованою діяльністю носіїв контенту в соціальних комунікаціях як елемента соціального управління.
2. Західні взірці функціонування носіїв контенту в соціальних комунікаціях мають обстоювати збереження та гарантування безпеки суспільства.
3. Соціальна влада формується на рівні здорового суспільства: сім'я, Церква, соціальні комунікації.
4. Етика морального егалітаризму в соціальних комунікаціях є руйнівною для громадського авторитету.
5. Держава загрожує свободі слова і діяльності носіїв контенту в соціальних комунікаціях.
6. Реальними є такі свободи, які засновані на правах власності.

П'ята доктрина — неолібералізм — вважається наймолодшою доктриною лібералізму, яка має свій генезис у конкретних історичних умовах і є певною відповіддю на непоступливість влади та консерваторів. Філософія неолібералізму полягає в максимізації свободи в усіх сферах суспільного життя, і вибір цієї свободи повинен бути для кожного члена суспільства оптимальним вибором. Це стосується насамперед обстоювання власної думки, своєї позиції і точки зору на будь-яку подію чи тенденцію [13].

Погодьмося: не викликає сумніву те, що філософія неолібералізму в галузі функціонування носіїв контенту в соціальних комунікаціях багато в чому повторює тенденції ставлення до соціальних практик палеолібералів. Подібний «комунікаційний неологізм» принципово складається із двох кластерів: кластер «свобода» і кластер «інтервенція».

Будь-які течії ліберальної представленості соціальної активності в суспільстві обов'язково впливають на функціональність носіїв контенту в соціальних комунікаціях — і навпаки, адже стратифікація будь-яких означених нами ліберальних доктрин відбувається в горизонтальній площині, а тому цілком доречним є питання і про горизонтальність характеру ідеології носіїв ліберального контенту в соціальних комунікаціях. Огляд тенденцій розвитку різних доктрин ліберальних течій засвідчив принципову позицію більшості представників лібералізму — вона полягає в тому, що ліберали уникають конкретизації горизонтальності ідеологічного контенту, змістової сутності свого функціонування, твердячи, що вони ні «праві», ні «ліві», вони — ліберали.

Народжувана лібералами, «контентна антитеза» є прихильністю до обстоювання двох свобод: свободи індивідуальної та свободи політичної. У цьому контексті носії ліберального контенту в соціальних комунікаціях — як представники соціальної практики принципово вільних поглядів — часто включають до своїх спроможностей доволі популістські «придатки» у вигляді цілком реальних обмежень свобод під будь-яким благородним проявом (боротьба з владою, яка цензурує контент; з власниками носіїв контенту в соціальних комунікаціях, які цензурують ці носії; з чоловіками, які протидіють практиці жінок-журналістів, тощо).

При цьому представники будь-яких ліберальних течій не дистанціюються від антитези «лівиця—правиця». Найчастіше вони дотичні до незаперечних істин у доктринах ліберальних рухів — саме тих, які дозволяють ідентифікувати лівий лібералізм чи правий лібералізм. Ліберальна модель суспільного життя займає центральне місце в сучасному світі. Згадаймо: автори книжки «Чотири теорії преси» не приховували того факту, що їхня візія рано чи пізно застаріє, втратить свою актуальність, до того ж виявили, попри численні переваги, недосконалість своїх пропозицій.

І справді: внаслідок дедалі більш відчутного монополізму носії контенту в соціальних комунікаціях переходять під контроль могутніх економічних чинників, а отже, їм усе важче залишатися вільним ринком ідей. Соціальні комунікації за таких обставин слугують уже не суспільству, а здебільшого бізнесу, виступають проти соціальних змін. Перетворення носіїв контенту в соціальних комунікаціях на засоби отримання максимальних прибутків за доволі непрозорих умов функціонування спричинилося до погоні за сенсаціями, втягуванням у коло публічного дискурсу приватного життя відомих людей, що принципово означає порушення прав людини — і читача, до речі, так само.

Свобода обертається на свою власну протилежність — уседозволеність. А отже, функціонування носіїв контенту в соціальних комунікаціях мусить розглядатися як пройдений етап і поступитися новому типові соціально-комунікаційної практики.

Йдеться про соціальну відповідальність носіїв контенту, а також про соціально відповідальну модель інформування.

Для українського суспільства вкрай гострими стали потреба адекватного реагування на зміни в інформаційному просторі та пошук оптимальної моделі взаємин у трикутнику «державна—носії контенту в соціальних комунікаціях—аудиторія». Україна та її інформаційний простір опинилися на певному комунікаційному роздоріжжі, яке окреслюється наявними та вже науково осмисленими моделями функціонування носіїв контенту в соціальних комунікаціях, зокрема моделлю ліберального, доволі вільного ринку ідей та їхнього втілення у соціальних комунікаціях. Ця ліберальна модель повністю ґрунтується на постулаті про те, що поширення інформації має бути доступне для індивідів без попереднього дозволу.

Однак дедалі актуальнішою стає модель соціальної відповідальності носіїв контенту в соціальних комунікаціях, згідно з якою автори контенту повинні виконувати перед суспільством певні зобов'язання, надавати точну, об'єктивну та — це, мабуть, головне — збалансовану інформацію. Носії контенту в соціальних комунікаціях мають бути плюралістичними, давати можливість висловлювати різні точки зору й відповідати на критику. Ця модель демократичного представництва передбачає, що окремі репрезентанти аудиторії та аудиторні спільноти повинні мати право на ви-

користання носіїв контенту в соціальних комунікаціях у власних інтересах.

1. *Грэй Дж.* Поминки по Просвещению. Политика и культура на закате современности / Дж. Грэй. — М. : Праксис, 2003. — 368 с. — (Серия «Новая наука политики»).
2. *Кін Д.* Мас-медіа і демократія / Д. Кін ; пер. з англ. О. Гриценко, Н. Гончаренко. — К. : К.І.С., 1999. — 134 с.
3. *Лосев А. Ф.* История античной эстетики. Высокая классика / А. Ф. Лосев. — М. : Искусство, 1974. — Т. 3. — 597 с.
4. *Нозик Р.* Анархия, государство и утопия / Р. Нозик ; пер. с англ. Б. Пинскера. — М. : ИРИСЭН, 2008. — 424 с.
5. Олександр Бойченко: «Залишається дбати про власну чистоту» [Електронний ресурс] : [бесіду з відомим укр. критиком та публіцистом провів С. Жадан] // Шо : портал о современной культуре. — Режим доступу: <http://sho.kiev.ua/article/1465>.
6. *Попов П. С.* Развитие логических идей от античности до эпохи Возрождения / П. С. Попов, Н. И. Стяжкин. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1974. — 226 с.
7. *Ротбард М.* К новой свободе: либертарианский манифест / М. Ротбард. — М. : Новое изд-во, 2009. — 396 с.
8. *Фридман М.* Капитализм и свобода / М. Фридман ; пер. с англ. В. Козловского. — М. : Новое изд-во, 2006. — 240 с.
9. *Bernstein A.* Objectivism in One Lesson: An Introduction to the Philosophy of Ayn Rand / A. Bernstein. — Maryland : Hamilton Books, 2009. — 138 p.
10. *Boaz D.* Libertarianism: A Primer / D. Boaz. — New York : The Free Press, 1997. — 320 p.
11. *Buchanan J. M.* Efficiency Limits of Fiscal Mobility: An Assessment of the Tiebout Model / J. M. Buchanan, C. J. Goetz // Journal of Public Economics. — 1972. — P. 25—43.
12. *Childs R. A., Jr.* Objectivism and the State: An Open Letter to Ayn Rand [Електронний ресурс] / R. A. Childs, Jr. — Режим доступу: <http://www.libertarianism.org/publications/essays/objectivism-state-open-letter-ayn-rand>.
13. *Gregory A.* Only War Will Prevent War [Електронний ресурс] / A. Gregory. — 2004 (August 3). — Режим доступу: <http://www.lewrockwell.com/gregory/gregory23.html>.
14. *Konkin S. E. III.* The New Libertarian Manifesto / S. E. Konkin III. — Los Angeles : Anarchosamizdat Press, 1980. — 53 p.
15. *Russell D.* Who is a Libertarian? [Електронний ресурс] / D. Russell // Ideas of Liberty. — Режим доступу: <http://www.boogieonline.com/revolution/politics/name>.