

возможным, так как большая часть граждан предпочитает общаться на русском языке. Однако если правительство Украины не изменит свою языковую политику, то, скорее всего, все центральные телеканалы и печатные издания перейдут на «мову», право вещать и издаваться на русском останется только у региональных СМИ.

Литература

1. Закон «О ратификации Европейской хартия региональных языков или языков меньшинств» [Электронный ресурс] / режим доступа: <http://www.terralegis.org/terra/act/e474.html>
2. Закон «О языках в УССР» [Электронный ресурс] / режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki>
3. Конституция Украины [Электронный ресурс] / режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=254%EA%2F96%2D%E2%F0&p=1143222355067739>
4. Кучма, Л. Д. Украина – не Россия. – М: Время, 2003.

Э.В. Хмеленко (г. Белгород, Россия)

УКРАИНСКАЯ МЕДИАКРИТИКА В СВЕТЕ ТЕОРИИ «КОММУНИКАТИВНОГО ДЕЙСТВИЯ» ЮРГЕНА ХАБЕРМАСА

В статье через призму «теории коммуникативного действия» Юргена Хабермаса рассматривается функционирование украинской журналистской критики массмедиа. В частности, анализируются проблемы на пути формирования условий для построения эффективного диалога между общественностью, СМИ и представителями правящих кругов, выводится ряд причин возникновения этих препятствий.

Ключевые слова: *медиакритика, диалог, коммуникативное действие, медийное пространство.*

In the article we try to examine the functioning of Ukrainian journalistic mediacriticism according to Jurgen Habermas' «the theory of communicative action». In particular, we analysed the problems, which can appear during the process of interconnection between public, mass media and representatives of parliament). we revealed the number of the reasons of these obstacles and their origin

Key words: *mediacriticism, dialog, communicative action, media space*

Рассматривая функционирование медиакритики как особой области журналистики в системе современных массовых коммуникаций, следует обратиться к её способности формировать пространство для установления диалога между общественностью, СМИ и представителями правящих кругов, а затем и обеспечивать успешность этого диалога посредством реализации своих основных функций: информационно-коммуникативной, познавательной, регулятивной, коррекционной, просветительской, социально-организаторской [Короченский 2003: 55-102]. Комплексное, взаимодополняющее и обязательно успешное их действие, в идеале является демократизирующим фактором, а следовательно, гарантом формирования свободного коммуникационного пространства, в котором возможно положительное взаимовлияние общества, массмедиа и властей, направленное на совершенствование общественно-политического уклада. Однако на практике это не всегда возможно. Почему практика в данном случае расходится с теорией? На этот вопрос возможно ответить, применив к нынешней медийной действительности современные теории массовых коммуникаций. Вполне подходящим ракурсом в данном случае могут послужить работы немецкого философа Юргена Хабермаса. Такой выбор обусловлен, в первую очередь, приверженностью философа идеям демократизации в области коммуникаций, их рассмотрением с позиций диалогичности.

Обратимся к такой работе Хабермаса, как «Моральное сознание и коммуникативное действие» и выделим наиболее значимые для нас ключевые идеи философа, представленные в ней, в частности в главе второй «О перспективной структуре действия, ориентированного на достижение взаимопонимания» [Хабермас 2001: 198]:

(1) ориентация на взаимопонимание или ориентация на успех (одно из первых условий достижения успеха в коммуникации, означающее, что её участники должны быть изначально настроены на то, что результат их общения будет удачен, исключительно положителен и противоречий не возникнет);

(2) взаимопонимание как механизм координации действий (то есть коммуникация должна быть выстроена по принципу внутреннего согласия, когда давление извне исключается);

(3) ситуация действия и ситуация речи (означает, что построение процесса коммуникации продиктовано её актуальностью и соотносится с действительностью);

(4) фон жизненного мира (другими словами, наличие взаимодей-

ствующего некоего жизненного опыта, полезного ему в процессе коммуникации);

(5) процесс взаимопонимания между миром и жизненным миром (это условие говорит о том, что субъективные представления участника коммуникации не должны противоречить окружающей объективности, а подтверждаться ею);

(6) ссылки на мир и притязания на значимость (отказ от успешной коммуникации может быть продиктован тем, что сообщение участника является либо ложным, либо неправильным, либо лживым);

(7) мировые перспективы (то есть возможность участников выбирать то, каким образом будет выстраиваться коммуникация, тем самым определяя перспективы её развития).

Перечисленные идеи применимы в качестве критериев для оценки ситуации, сложившейся в украинской медиакритике. Выбор последней объясняется активными её попытками построить на Украине уже упомянутый трёхсторонний полилог. И попробуем объяснить, чем вызваны в процессе этого построения возникновение целого ряда проблем и сложности с их разрешением. Получив толчок к бурному развитию накануне так называемой «оранжевой революции» и далее развиваясь в условиях постоянного общественно-политического кризиса, оказывающего непосредственное влияние на национальные СМИ, украинская критика массмедиа показала «обе стороны медали».

В 2004 г., когда идейная направленность ведущих медиакритических организаций совпала с заявлениями «оранжевой» оппозиции, ярко проявилась информационно-политическая функция критики массмедиа, обеспечивающая её способность существовать в роли информационно-манипулятивного ресурса той или иной политической силы. Однако по той причине, что это явление было временным и не имело под собой никакой серьёзной подоплёки (к примеру, коммерческой), мы можем расценивать этот факт как начальный этап формирования той самой платформы для успешного трёхстороннего полилога. Другими словами, как этап «очистки» украинского медиaprостранства от государственной цензуры. И в этом проявилась и проявляется до сих пор другая «сторона медали» – судя по всем показателям, «лицевая» – формирование полноценного гражданского общества, неотъемлемой чертой которого станет свобода слова. Но проблема в том, что на пути продвижения этой самой свободы слова постоянно возникают препятствия.

Уже в 2004 г. было крайне важно соблюдение одного из постулатов

коммуникативного действия, (1) *«когда акторы идут на то, чтобы внутренне согласовывать те или иные свои цели только при условии согласия относительно данной ситуации и ожидаемых последствий, которое или уже имеется между ними, или о нём ещё только предстоит договориться»* [Хабермас 2001: 199]. Именно на достижение этого согласия (между обществом, представителями правящих кругов и СМИ) были направлены действия медиакритических организаций «Телекритика», «Центр Медиареформ». И в некоторой степени это согласие было достигнуто, но со стороны политиков и СМИ оно оказалось не внутренним, а внешним. Первыми оно было принято на время достижения своей основной цели – прихода к власти. Вторыми – как естественное стремление к нормальной профессиональной деятельности, однако никак не соотносилось с их реальными стимулами и возможностями. *«...И после 2004-го года наши украинские телеканалы, за редким исключением, не выполняли НИ ОДНОЙ ИЗ ОБЩЕСТВЕННО ЗНАЧИМЫХ, включая вышеперечисленные, функций. Они не стали самодостаточными и независимыми. Они остались, по сути, все тем же подспорьем в руках политиков и крупного бизнеса (а не общества!), как это было и до 2004-го, но только уже в условиях не авторитарной, а плюралистичной политической системы»* [Лигачёва: <http://www.telekritika.ua/nl/2007-04-16/8722>], – резюмировала анализ сложившейся в украинских СМИ ситуации директор проекта «Телекритика» Наталья Лигачёва в своей статье «Телешоу на дерибане страны». Получается, что участники коммуникации не были изначально сориентированы на взаимопонимание, процесс достижения успеха был во многом стихийным, действия – разобщёнными. Медиакритика же фактически выступала в роли единственного консолидирующего элемента, способного оказывать влияние на всех трёх участников путём проведения различных общественных и журналистских акций. Одна из них (касающаяся отстаивания права на свободу слова) переросла в так называемую «журналистскую революцию», произошедшую 28 октября 2004 г.

При рассмотрении этой ситуации нетрудно осмыслить следующее положение, объясняющее неуспех коммуникации, – (2) *«согласие невозможно навязать другой стороне, к нему нельзя обязать соперника, манипулируя им: то, что явным образом производится путём внешнего воздействия, нельзя считать согласием»* [Хабермас 2001: 200]. Вначале (с 2001 по 2004 гг.) давление правительства вызвало отторжение со стороны средств массовой информации, а затем (после

2004 г.) общественностью были отвергнуты манипулятивные технологии СМИ, в большинстве своём выявивших неспособность работать в условиях свободы слова. В данном случае медиакритика – это координатор коммуникации, отстаивающий здоровую обстановку в медиасреде, а следовательно, и в обществе. Медиакритики в своих работах и «диагностируют» и «выписывают рецепт» национальным медиа: *«Продажність телестюжетів бруднить нас усіх не менше, ніж цензура три роки тому. Як і тоді, це в наших руках. Ведучі мають можливість відмовитися підводити сюжет. Редактори – завершувати його у випуск. Кореспонденти – знімати відео і синхроні, знаючи, що вони будуть використані для замовного матеріалу. Поки що, як і довгий час тоді, так вчиняють одинаки. Та й то не кожен раз. А зараза розповзається, як у 2002-му. Наче 2004-го і не було»* [Соболев http://telekritika.kiev.ua/articles/171/0/9782/sobolev_journ09/]. («Продажность журналистов пачкает нас не меньше, чем цензура три года назад. Как и тогда, это в наших руках. Ведущие имеют возможность отказаться проводить сюжет. Редакторы – завершивать его в выпуск. Корреспонденты – снимать видео и синхронны, зная, что они будут использоваться для заказного материала. Пока что, как и много раньше, так поступают единицы. И то не каждый раз. А зараза расплзается, как в 2002-м. Будто 2004-го и не было»).

Естественно, что полилог не может возникнуть из ничего – должна быть его необходимость, обеспечивающая спектр тем. В свою очередь (3) *«тема возникает в связи с интересами и целями участников действия; она очерчивает релевантную область тематизируемых предметов. Индивидуальные планы действий акцентируют тему и определяют актуальную потребность во взаимопонимании, которая должна быть удовлетворена в ходе интерпретативной работы»* [Хабермас 2001: 201]. Здесь ситуацию действия и ситуацию речи мы понимаем в широком смысле – как весь коммуникационный процесс внутри предполагаемого полилога. В качестве темы, обсуждаемой медиакритикой, приведём достаточно яркий для Украины пример – внедрение системы общественного вещания, которая на Украине то приостанавливается, то отрывается снова. И медиакритика, привлекая к обсуждению медиаэкспертов, журналистов, политиков, гражданскую общественность, специалистов в области медийных технологий, не позволяет этой теме закрыться. Так, на сайте «Телекритики» создан специальный раздел «Суспільне мовлення», в котором собраны не только

публикации участников проекта, а и тематические новости с других украинских сайтов <http://www.telekritika.ua/media-suspilstvo/suspilne-movlennya/>.

(4) *«В то время как сопряжённый с той или иной ситуацией фрагмент жизненного мира в качестве некоей проблемы надвигается на действующего индивида (в нашем случае это конкретный гражданин, журналист, политический деятель – Э.Х.) так сказать, спереди, сзади его поддерживают жизненный мир, который не только образует контекст процессов понимания, но и предоставляет для них ресурсы»* [Хабермас 2001: 202]. Сообразно этому постулату, каждый отдельный участник полилога в процессе коммуникации опирается на индивидуальный запас знаний, норм и традиций, из которого он черпает понимание обсуждаемого явления, представляет и объясняет его. Наличие этого необходимого опыта зависит от уровня медиакомпетентности участника, который в свою очередь так же формируется усилиями медиакритики посредством внедрения образовательных проектов (к примеру, «Технологии цифрового будущего»), публикации статей с просветительской направленностью (авторская колонка Владимира Золотарёва на «ТК»).

Следующим аспектом в достижении консенсуса является то, что участник (5) *«может опираться одновременно на разделяемое несколькими субъектами пропозициональные знания, на согласие в нормативном плане и на взаимное доверие»* [Хабермас 2001: 203]. Здесь, в системе отсчёта, состоящей не менее, чем из трёх «миров» – объективного, социального и субъективного, – ссылки автора в каждом из трёх направлений являются гарантом истинности друг друга, что способствует установлению обоснованной, а потому прочной коммуникации. Другими словами, имея субъективную мотивацию в отстаивании господства свободы слова, любой из участников коммуникации, с одной стороны, опирается на её объективную необходимость, а с другой – на гарантии, провозглашаемые конституцией страны. Медиакритика тут является связующим звеном этих трёх миров. Во-первых, критики СМИ способны оказать поддержку любому желающему напрямую вступить в полилог, как посредством предоставления свободного поля для выражения личной позиции, так и интерактивностью сайтов и размещённой на них справочной информацией по медийному законодательству. Во-вторых, участием медиакритиков в деятельности профсоюзных организаций, разрабатывающих нормативную документацию касательно СМИ.

(6) *«Кто отклоняет приглашение к членораздельному речевому акту, тот оспаривает действенность того или иного высказывания по крайней мере в одном из трёх аспектов: истинности, правильности или правдивости»* [Хабермас 2001: 204]. И в данном процессе притягивания-непритягивания медиакритика выступает индикатором нормативности и истинности посылов участников. Так, последовательно освещая ситуацию с заказными материалами, Наталья Лигачёва упорно акцентирует внимание на следующем факте: *«Журналисты и после революции-2004 так и не стали шпионами от общества в политикуме, оставаясь шпионами (заложниками) противоположных политических лагерей. Что, как показал опыт, особенно опасно, когда эти два политических лагеря начисто лишены какого-либо вразумительного идеологического различия. Ведь таким образом журналисты, по сути, превращаются в проводников даже не ценностей, а всего лишь сиюминутных политических интересов разного рода «вождей»* [Лигачёва: <http://www.telekritika.ua/nl/2008-05-12/38283>].

В итоге из всего приведённого выше следует, в соответствии с теорией Хабермаса, что компетентный субъект коммуникации располагает определёнными возможностями, первоочередная из которых – (7) *«право выбора действий, установок, пути построения хода интеракции»* [Хабермас: 205]. И это право выбора, а также успешность поиска согласия в рассматриваемом нами полилоге обеспечивается функционированием медиакритики. Медиаэкспертами и критиками СМИ периодически вырабатываются комплексы указаний относительно действий по совершенствованию деятельности СМИ в контексте взаимодействия с политиками и активной общественностью [Лигачёва: <http://www.telekritika.ua/nl/2008-05-12/38283>].

Следовательно, мы можем сделать вывод о том, что медиакритика играет в украинском медийном пространстве по крайней мере две активных роли. Одна из них – модератор коммуникационного процесса, направленного на достижение консенсуса между гражданской общественностью, средствами массовой информации и представителями правящих кругов. Другая – непосредственный участник этого процесса.

Что же касается результатов рассмотрения самой коммуникативной акции, то справедливым будет следующий наш вывод: в настоящее время консенсус через полилог не достигнут и в ближайшее время достигнут не будет. Основная тому причина – диссонансный разброс мнений участников коммуникации. Если рассматривать каждого из них в

отдельности, то поведение представителей гражданского общества и правящих кругов относительно понятно. Первые – устали от нестабильности и оказываемого на них политического влияния, вторые – главным образом преследуют своекорыстные интересы, которые по понятным причинам расходятся с интересами социума. Гораздо сложнее дело обстоит с поведением представителей массмедиа, которые, пройдя испытание цензурой и добившись реальной её отмены, не смогли устоять перед политизацией и тотальной коммерциализацией национального медиапространства, а поэтому не в силах нормально функционировать в условиях свободы слова.

В целом же, в результате соотнесения реальной ситуации полилога с воззрениями Юргена Хабермаса мы пришли к следующим выводам:

- у предполагаемых участников отсутствует установка на поиск и достижение внутреннего согласия по поставленной теме;

- достаточно часто со стороны правящих кругов возникают нежелательные ситуации манипулирования;

- при обсуждении одной темы все преследуют разные, часто диаметрально противоположные интересы;

- уровень общественной медиакомпетентности на Украине оставляет желать лучшего;

- у всех трёх сторон налицо внутренний конфликт субъективных и объективных потребностей на фоне далеко несовершенной законодательной базы в сфере СМИ.

Теоретически все эти сложности, конечно, разрешимы. Однако возможно ли будет вывести какую-то единую формулу перехода на новый, более совершенный уровень коммуникации в современной украинской медийной практике, спрогнозировать сложно.

Литература

1. Короченский А.П. «Пятая власть? Медиакритика в теории и практике журналистики. – Ростов-на-Дону, РГУ, 2003. - С. 55-102.
2. Лигачёва Н. Кризис самоидентификации/ Телекритика. – Режим доступа <http://www.telekritika.ua/nl/2008-05-12/38283>
3. Лигачёва Н. Телешоу на дерибане страны/ Телекритика. – Режим доступа <http://www.telekritika.ua/nl/2007-04-16/8722>
4. Соболев Е. Це знову залежить від нас/ Телекритика. – Режим доступа http://telekritika.kiev.ua/articles/171/0/9782/sobolev_journ09/
5. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб, 2001.