

Общественно-политические субъекты, оказывавшие влияние на общественное сознание в период Евромайдана (декабрь 2013 г. - февраль 2014 г.)

Научный руководитель – Пашенцев Евгений Николаевич

Виноградова Анна Григорьевна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
Россия

E-mail: dnepranna@ukr.net

Ситуация, сложившаяся в СМИ в период Евромайдана, была во многом обусловлена отношением владельцев СМИ к официальной власти - президенту Виктору Януковичу и правительству. Значительная часть владельцев СМИ в силу своих политических убеждений, иногда ситуативно была настроена откровенно против президента и правительства, либо. Причины этого были в отказе власти от подписания соглашения с Евросоюзом.

Кроме того, антипрезидентские и антиправительственные настроения в обществе системно подогревала оппозиция, ориентированная на Запад.

Еще одной причиной этих настроений стали системные ошибки власти, которая оказывала давление на бизнес, политическую оппозицию и национально ориентированные политические группы.

«В Украине борьбу за власть и влияние ведут определенные группировки (кланы) олигархов, отмечает Д. Королев, которые в этой своей борьбе разыгрывают кто «пророссийскую» карту, кто «национальную», в зависимости от того, как им это выгодно и удобно» [4].

К началу Евромайдана в украинском обществе сформировалось несколько общественно-политических субъектов, которые оказывали воздействие на общественное сознание. Эти группы имели доступ к СМИ, определенную тактику и стратегию воздействия на общественное сознание. «Наша цель - не просто контроль, а монополизация информационных потоков» [2].

Группы влияния можно подразделять по нескольким параметрам. Мы выделяем пять параметров, по которым формировались группы.

1. По их отношению к зонам влияния - внешнеполитические и внутривнутриполитические. В эту группу входят послы государств, представители политических элит России, ЕС и США. Так называемые, внутривнутриполитические субъекты, это те, кто действовал исключительно на внутреннем украинском политическом пространстве.

2. По их политической роли в обществе - правительство - оппозиция.

3. По их идеологии - националисты, пророссийские и прозападные. При этом националистические политические группы не всегда были прозападные, и, наоборот, прозападные не всегда были националистические.

4. По сфере их деятельности - в основном это представители бизнес-элиты, деятельность которых связана с реальным сектором экономики, а так же преподаватели вузов, украинская интеллигенция, представители шоу-бизнеса.

5. Еще одна группа влияния, которую мы выделяем, сформулирована по ее профессиональной политической деятельности - инструментальные субъекты, которые непосредственно влияют на принятие решений, являются лидерами мнений. В то же время они

выполняют в обществе инструментальные функции - обеспечивая реализацию и толкование действий политических субъектов - это политтехнологи, политологи, в более широком смысле - эксперты.

«Продвижение информации через медиаторов». Данная техника, как показывают исследования, основывается на том, что процесс восприятия значимой информации и, в частности, определенных ценностей, взглядов, идей, оценок имеет зачастую двухступенчатый характер. Это означает, что эффективное информационное воздействие на человека часто осуществляется не непосредственно от средств массовой коммуникации, а через значимых для него, авторитетных людей» [3].

Ситуация в медиа-пространстве Украины сложилась к декабрю 2014 года таким образом, что государственные СМИ были представлены крайне фрагментарно. Основная часть СМИ принадлежала частным лицам, либо финансировалась политическими сторонниками или политическими противниками власти, то есть оппозицией.

«Стихийная составляющая Евромайдана постоянно подогревается принадлежащими «революционным» олигархам СМИ, поощряется оппозиционным триумфатором, который не мог контролировать радикалов, но и не спешил осудить их действия, поскольку надеялся поиметь с них политические дивиденды, а потом уже «кинуть», поощрялась властями и «общественностью» западных стран, которые имели те же самые надежды» [5].

При этом необходимо иметь в виду, что к декабрю 2013 года Партия регионов была правящей на Украине. Регионалы (в основном выходцы из восточных и южных территорий страны) составляли большинство в правительстве и парламенте.

Таким образом, мы обнаруживаем, что политические субъекты на Украине к моменту начала Евромайдана были разделены по **партийной принадлежности**: Партия регионов противостояла оппозиция в лице ВО «Свобода», «Батькивщина», «УДАР».

Второй водораздел между властью и оппозицией проходил **по географическому принципу**. Та же Партия регионов состояла в основном из выходцев восточных территорий, а оппозиция - западной и центральной частей Украины.

Третий - **по объектам воздействия** - во властных структурах в основном были представлены пропрезидентские политические силы, а оппозиция ориентировалась на «улицу», то есть на большинство электората.

Эти три основных отличия четко определили и медийную политику субъектов.

Каждая из групп имеет свое отношение к СМИ. Некоторые группы являются владельцами или финансируют определённые СМИ.

1) Например, СМИ существуют на государственные средства. Кроме того, есть СМИ, которые принадлежат частным лицам, но эти частные лица аффилированы с государством - владелец «Корреспондент.net» входил в окружение и сферу влияния президента.

2) Некоторые СМИ финансировались на гранты зарубежных фондов и фактически отражали точку зрения этих государств. Например, «Зеркало недели» финансируется из-за рубежа, США. «Украинской правде» в начале формирования были выделены государственные средства США в виде гранта.

3) «РИА Новости Украина» - финансируется из средств российского государственного агентства РИА Новости. Занимал нейтральную позицию.

4) Бизнесмены, которые находились в скрытой оппозиции к президенту и правительству, например, «УНИАН» принадлежал Игорю Коломойскому.

5) «Левый берег» владелиц - Виктор Пинчук, занимал тоже скрытую антипрезидентскую позицию.

6) «Цензор.Нет» занимал четко антиправительственную позицию, финансировался оппозицией.

7) «ВолиньPost» принадлежал Владимиру Пащенко, который занимал антиправительственную позицию.

8) «Укринформ» - государственное информационное агентство, которое придерживалось ориентации на правительство.

9) «Интерфакс-Украина» частично принадлежит частным лицам, в то же время частично финансировался российским информационным агентством Интерфакс-Россия. Занимал нейтральную позицию.

10) «Высокий замок» ориентирован на националистически настроенную оппозицию, финансирования из бюджетов местных предпринимателей. Местонахождение - Западная Украина.

11) «Думская.net» проукраинская антироссийское издание, принадлежащее зампреду Одесского облсовета Алексею Гончаренко (сын бывшего мэра Одесса Алексея Костусева).

12) «Новости Донбасса» поддерживали правительство, выступал против Евромайдана.

На основании проведенного анализа, обнаружилось, что в период Евромайдан проправительственную позицию занимали три издания. Нейтральную - два. Антиправительственную позицию занимали восемь изданий из исследуемых.

Таким образом, наше исследование показывает, что значительная часть украинских онлайн-СМИ была настроена антиправительственно, что влияло на общую медийную обстановку в период Евромайдана.

Источники и литература

- 1) Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002. – с 287. (Серия «История России. Современный взгляд»).
- 2) Люттвак Эдвард Н., Государственный переворот: Практическое пособие. Перевод с английского: Edward N. Luttwak. Coup d'Etat: A Practical Handbook / Русский Фонд Содействия Образованию и Науке – Москва, 2012. – с 116.
- 3) Панарин И. Н., Информационная война, PR и мировая политика. Курс лекций. – 2-е изд., стереотип. – М.: Горячая линия-Телеком, 2015. – с 199.
- 4) Пашенцев Е. Н., Стратегическая провокация «Украина». – М.: Международный центр социально-политических исследований и консалтинга при поддержке кафедры философии языка и коммуникации философского факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, секции «Коммуникационный менеджмент в политике и бизнесе» Международной ассоциации исследований Центральной и Восточной Европы (CEEISA) и Международной сети экспертов EURUCMNET. 2014. – с 15. Пихорович В. Д., Украина между Западом и Востоком: Хроника Евромайдана. – М.: ЛЕНАНД, 2014. – с 53.
- 5) Пихорович В. Д., Украина между Западом и Востоком: Хроника Евромайдана. – М.: ЛЕНАНД, 2014. – с 53.
- 6) Цыганов В. В., Информационные войны в бизнесе и политике: Теория и методология / В. В. Цыганов, С. Н. Бухарин. – М.: Академический проект, 2007. – 336 с.