

Техника «оранжевых»: как используют подсознание

Источник: <http://www.km.ru/world/2016/05/28/situatsiya-na-ukraine/777548-tekhnika-oranzhevykh-kak-ispolzuyut-podsoznanie>

20:18 28.05.2016 , Елена Пономарева



© KM.RU, Фото пользователя Instagram igorkoltunov

Что же все-таки заставляет огромные массы людей выходить на площади?

7 апреля 1950 г. президенту Г. Трумэну была представлена директива Совета национальной безопасности США – СНБ-68, ставшая основой американской внешней политики на многие годы вперед и действующая в своих важнейших положениях по сей день.

Известный специалист по теневой политике ЦРУ Н.Н. Яковлев считает, что созданная в 1973 г. Трехсторонняя комиссия в своих докладах обтекаемыми формулировками озвучивала именно **рекомендации директивы СНБ-68**: «Запад не должен довольствоваться защитой своих основных ценностей и стремиться воплотить их в жизнь только на своей территории. Запад должен поставить своей целью оказание влияния на естественные процессы изменений, происходящие в «третьем» и коммунистическом мире ... в направлении не благоприятном для их ценностей... Говоря о мирных изменениях в интересах наших ценностей, мы должны скорей стремиться к изменениям внутри этих режимов, оказывая влияние на выбор альтернатив, которые возможны и необходимы в рамках их существующего строя... Запад не может оказывать эффективное влияние простой пропагандой их преимуществ или увеличивая требования к лидерам... Мы должны сформулировать перед партнером альтернативы так, чтобы тот или иной курс во внутренних делах для него представлялся более выгодным».

Короче говоря, **работать с людьми наши западные контрагенты умеют.**

Еще одной особенностью работы внешних сил следует назвать подчеркнuto внимательное отношение к итогам «цветных революций» (ЦР): в случае победы «революционеров» геополитическая и геоэкономическая ориентация должна быть в интересах той внешней силы, которая финансировала и легитимизировала переворот. Если этого не происходит с первого раза, то возможны «цветные» рецидивы. Так развивались события в Киргизии и на Украине.

Совокупность всех перечисленных признаков «цветной революции» однозначно определяет ее технологический и организационный характер. Вывод однозначный – ЦР революциями не являются.

Но что же все-таки заставляет огромные массы людей выходить на площади, а еще большее число противников существующего режима сосредоточиваться в социальных

сетях? И почему собственно за политическими технологиями смены режимов закрепилось понятие «цветная революция»?

Дело в том, что особую роль в процессе смены политических режимов играют **цвета и символы**, так как именно знаковые системы, в отличие от содержательной вербальной коммуникации, воздействуют на глубокие сферы психики (предсознание и подсознание). Поэтому выбор «красной розы» или «красного тюльпана», современного государственного флага или его предшественника в качестве символа «революции» никогда не бывает случайным.

Во-первых, знаковые системы продуцируют простые (архаичные) генеральные эмоции (например, ярость, отвращение, блаженство, страх), которые подавляют или возбуждают волевые действия. Главное, они не стимулируют целенаправленную деятельность. Соответственно, в войне, социальной революции или в «цветном» ее варианте роль цвето-знаковых систем хотя и не определяющая, но весьма значительная: они формируют настроение масс. Более того, в отдельных элементах стратегии (психическая атака) от цвета и символа может зависеть исход всей операции.

Во-вторых, цветовые и знаковые системы актуализируют социальный опыт (личный, родовой, этнический, конфессиональный, сословный, национальный) и вызывают тем самым отклик, который побуждает к самоидентификации, к выбору и, наконец, к поступку. Таким образом, цвет и символ становятся опознавательными знаками, обозначают соратников и выявляют противников. Они физически консолидируют сообщество в конкретном пространстве и времени.

В-третьих, зрительный опыт, как и обонятельный, вкусовой, тактильный и элементарный звуковой, является более архаичной структурой в сравнении с опытом вербальным. Воздействие на зрительный анализатор, особенно в сочетании с элементарными звуками (например, монотонный барабанный бой на Майдане), более инструментально и эффективно для навязывания желаемого поведения индивиду или массе, чем вербальное воздействие.

Именно поэтому для быстрого и максимально широкого охвата населения в технологиях ЦР активно используются демонстрации элементарного цветового или графического знака (например, белый кулак в круге на черном фоне – символ белградской «революции», который впоследствии использовали на Украине, в Киргизии, Египте и многих других странах) или зрелища: шествия, флэш-мобы, «кольца», разного рода акции (например, война памятникам, развернувшаяся на Украине с конца 2013г. и длящаяся по сей день), транслируемые по социальным сетям.

Зрелище - особо важный, но и более сложный в сравнении с символикой технологический прием. Он продуцирует коллективное чувство – синтонию, формирующее новое качество отношений между объектами воздействия – зрителями. Кроме того, ролевое зрелище (например, театр, кино, акты самосожжения, передаваемые по социальным сетям) дополняет синтонию самоидентификацией с героем или усвоение страсти героя. В результате замороженность конкретным действием может изменить восприятие реальности.

«Развитие современных технологий позволяет серьезным образом усилить эффект невротической синтонии. Например, сформировать или усилить ощущение ущербности собственной истории, своей страны, национального опыта». Именно этот прием практиковался в перестроечные годы посредством разного рода публикаций, уничижающих и уничтожающих опыт нашей страны (эпоха В.А. Коротича – главного редактора журнала «Огонек» в период перестройки, а ныне «мэтра» украинской «журналистики» – собственно, какие мэтры, такая и журналистика), фильмов, типа «Покаяние» или «Так жить нельзя».

В современных условиях внедрение коммуникативных программ быстрого общения (форумы, социальные сети, живые журналы, блоги и т.п.) серьезным образом повышает внушаемость. Это происходит, в частности, потому, что в реальности люди начинают переходить на «птичий язык», свойственный виртуальности – наступает так называемая деградантная синтония.

Современные средства коммуникации стали одними из важнейших средств подготовки и осуществления серии ЦР на Ближнем Востоке, более известных под брендом «арабская весна», прежде всего, в силу того, что позволили активизировать за очень короткий период времени зрелищную сигнальную семантику миллионов людей. Так, YouTube, который является третьим по количеству посетителей сайтом в мире (в январе 2012 г. ежедневное количество просмотров перевалило за 4 млрд), позволяет мгновенно распространять по мобильной связи подлинные, ретушированные или просто созданные видеосюжеты.

Возбуждающие в сенсibilизированном (особо чувствительном, восприимчивом) обществе генерализованные реакции ужаса, преходящего в яростное неприятие заведомо указанного виновника. Как правило, это политический лидер, члены правящей партии.

Роль «запала» «арабской весны» в Тунисе и Египте, как известно, сыграла «эпидемия» самосожжений, с немедленной героизацией жертв в сетевых медиа. Правда, созданию «кумиров» предшествовала длительная подготовка исламского общества к восприятию самоуничтожения, вопреки канонам ислама, как подвига, но это отдельный разговор.

Применительно к технологиям ЦР важно, что методологически побуждение к самоуничтожению числилось в рецептуре перехода «от диктатуры к демократии» Дж. Шарпа под пунктом 158 – «Самоотдача во власть стихии (самосожжение, утопление и т.п.)» – с 1973 г.

Один из «инженеров» ЦР, издатель сайта Meta-Activism М.С. Джойс, очень откровенно и четко разъяснил роль сетей как ретрансляторов зрелищ в событиях «арабской весны». Для него акты самосожжения не трагедия, а сугубо технологический прием. Самосожжение – это «наглядно и это шокирует...

Что сделало истории Буазизи, Саида и аль-Хатиба резонансными? Их необыкновенная брутальность, причем брутальность, видимая на фото- и видеоснимках сразу после происшедшего. Это ... произвело висцеральный (т.е. до ощущений во внутренних органах. – Прим. авт.) эмоциональный эффект. Увидеть эти картинки – куда более чувствительно, чем о них услышать, и уже испытываемый гнев против режима достигает лихорадочной амплитуды».

Кроме того, «... образ говорит сам за себя, и в мире, где кусочек контента является заразительным, это все, что требуется... В этом состоит ключевой переход от аполитичного мировосприятия к политическому: статус-кво становится более нетерпимым, чем риск его изменения».

«Заразительность контента» обернулась трагическими последствиями для Болгарии, где зимой 2013 г. одной из характеристик энергетического и впоследствии политического кризиса стал «феномен горящих людей», который активно использовался в политической борьбе. «Меньше чем за два месяца в разных частях страны семь граждан Болгарии свели счеты с жизнью именно таким ужасающим

образом». В результате давления улицы и в определенной степени благодаря эффекту самосожжений 20 февраля 2013 г. правительство Б. Борисова вынуждено было уйти в отставку. В стране были объявлены досрочные выборы. Это, в частности, стало началом конца проекта «Южный поток».

Так что по ряду технологических показателей и в силу наличия конкретных интересов внешних игроков события зимы 2013 г. в Болгарии можно также отнести к «цветным революциям».

В дополнение к указанным способам воздействия используется **роль цвета**. Цвет, выбранный государством для своего флага или сообществом религиозных и социальных революционеров для своего знамени, содержит историческую аллюзию и/или ценностную составляющую, которая является не дополнительным средством, а принципиальным рычагом единения и мобилизации.

В случае разработки цветового символа внешним субъектом его функция является дополнительной, так как в этом случае он предназначен для решения кратковременных задач – смены политического режима и не более того. И в этом заключается еще одно принципиальное отличие ЦР от революции в классическом смысле. Цвета и символы такой революции становятся опознавательными знаками новой системы, олицетворением нового социального проекта – красное знамя, серп и молот, пятиконечная звезда.

В случае ЦР цвета и символы сбрасываются на свалку истории. О них вспоминают только в строго определенных случаях. Если операция по их использованию оказалась успешной, тот же цвет может быть применен и в других странах. Например, позаимствованный после украинских событий оранжевый цвет в 2004 г. был успешно использован на выборах в Румынии командой Т. Бэеску, который, правда, по итогам второго тура, был избран президентом страны.

В Румынии, как и в Украине, действующая власть избрала своим цветом голубой, а оппозиция – оранжевый. В ночь после выборов, с 12 на 13 декабря 2004 г., на главные площади румынских городов вышли люди с оранжевыми воздушными шариками, празднуя победу оппозиции, которая официально еще не была подтверждена местным ЦИК. Еще интересный факт.

Весьма своевременную рекламную акцию на улицах Бухареста провела одна из крупнейших компаний сотовой связи в Европе – Orange. Ее, соответственно, оранжевые рекламные щиты, размещенные на остановках румынской столицы, стали подходящими декорациями для действий румынских оппозиционеров. На щитах было гордо написано – *Vorbeste Orange* («Говори на Оранжевом»). Тот же цвет был использован оппозицией в Азербайджане в ходе избирательной кампании в ноябре 2005 г.

Читать полностью: <http://www.km.ru/world/2016/05/28/situatsiya-na-ukraine/777548-tekhnika-oranzhevykh-kak-ispolzuyut-podsoznanie>