

УДК 327

DOI 10.17506/dipi.2018.32.3.7987

ТРАДИЦИОННЫЕ И НОВЫЕ МЕДИА КАК АКТОРЫ «ЦВЕТНЫХ РЕВОЛЮЦИЙ»



Наумов Александр Олегович,

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,
факультет государственного управления,
кандидат исторических наук, доцент,
Москва, Россия,
E-mail: naumov@sps.msu.ru

Аннотация:

В статье анализируется роль традиционных и новых медиа в подготовке и осуществлении «цветных революций». Автор утверждает, что СМИ и Интернет-ресурсы стали важными инструментами «мягкой силы» Запада при осуществлении государственных переворотов в целом ряде стран постсоветского пространства и Северной Африки. В ходе первой волны «цветных революций» (2000–2005) для ненасильственной смены режима были использованы возможности традиционных медиа, в основном телевидения и печатных изданий. В ходе второй волны «цветных революций» – «арабской весны» (2010–2011) – оппозиция сделала ставку на социальные сети, сервисы мгновенных сообщений и видеохостинги. Автор приходит к выводу, что применение данных инструментов сыграло одну из ключевых ролей в победе «цветных революций».

Ключевые понятия:

«цветные революции», «арабская весна», «мягкая сила», традиционные медиа, новые медиа, Твиттер, Фэйсбук, Интернет.

«Цветные революции» – собирательное название процессов смены политических режимов с использованием технологий и ресурсов «мягкой силы» в странах Восточной Европы, Центральной Азии и Северной Африки в 2000–2014 годах. Сейчас уже мало у кого вызывает сомнения, что эти государственные перевороты были осуществлены в ходе зарубежного вмешательства во внутренние дела суверенных государств. Это вмешательство выразилось в мощной политической, финансовой, организационной, моральной поддержке оппозиции и ее основных акторов. Особую роль в подготовке и осуществлении «цветных революций»

сыграли средства массовой информации (традиционные медиа) и социальные сети (новые медиа).

Традиционные СМИ без преувеличения можно назвать важнейшими инструментами в технологии смены политических режимов, особенно в странах постсоветского пространства в 2003–2005 годах. В Грузии, на Украине и в Киргизии к началу «цветных революций» существовала определенная свобода СМИ, созданная во многом в угоду требованиям западных партнеров в рамках программ по демократизации этих государств. Подобная ситуация позволила оппозиционным силам резко усилить свое информационно-пропагандистское воздействие накануне и во время «революций». Журналисты располагали возможностью критиковать власть и непосредственно высшее руководство страны, чем активно и пользовались оппозиционеры.

В Грузии ключевым информационным ресурсом в борьбе с режимом Шеварднадзе стал созданный еще в 1994 году и с 2001 года находившийся в состоянии конфронтации с официальными властями телеканал «Рустави-2». Он пользовался большой популярностью в стране (хотя вещание не охватывало всю страну), благодаря которой выступавшие в его эфире политические противники президента получали признание грузинского общества. Особое значение имело то, что данный телеканал действительно обладал репутацией наиболее профессионального в Грузии ТВ-медиа. Интересно, что в то время как рядовые граждане считали телеканал образцом объективности, сами журналисты, по словам генерального директора «Рустави-2» Э. Кицмаришвили, «освещали события в Тбилиси («революцию роз». – А.Н.) исключительно однобоко» [13, р. 32]. Не связанные с оппозицией телеканалы, включая государственные, также вольно или невольно оказывали «революционерам» моральную поддержку, например, ведя репортажи с митингов, публикуя «независимые» экзит-поллы или допуская до эфира таких же «независимых» экспертов и представителей прозападных неправительственных организаций.

Именно через СМИ грузинская оппозиция смогла добиться эмоционального неприятия обществом прошедших в ноябре 2003 года выборов и их результатов, что и стало непосредственным поводом для начала «революции роз». На протяжении нескольких недель накануне выборов при поддержке фонда Сороса «Открытое общество – Грузия» и «Рустави-2» регулярно проводились и публиковались социологические опросы, которые демонстрировали падение популярности пропрезидентских сил и, наоборот, прочили убедительную победу оппозиционным избирательным блокам. В ночь после парламентских выборов 2 ноября 2003 года телеканал «Рустави-2» обнародовал данные «независимых» экзит-поллов, которые разительно отличались от официальных сообщений и отдавали уверенное лидерство ведущему оппозиционному блоку «Саакашвили – Национальное движение». В ходе последовавшей за этим активной фазы «революции роз» «Рустави-2» широко информировал население о нарастании в стране протестной волны, круглосуточно транслировал митинги и шествия оппозиции, всячески способствовал мобилизации сторонников по всей Грузии. Канал освещал подготовку и ход движения колонн автобусов и автомобилей во главе с М. Саакашвили из провинции к Тбилиси. После каждого выпуска новостей следовали призывы присоединиться к протестующим. В прайм-тайм в эфире демонстрировались рекламные ролики молодежного антиправительственного

движения «Кмара». Канал неоднократно демонстрировал документальный фильм «Свержение диктатора», рассказывавший о падении режима С. Милошевича в ходе «бульдозерной революции» в Сербии в 2000 году. Генсек «Национального движения» В. Мерабишвили откровенно заявлял западным журналистам: «Этот фильм сыграл решающую роль. Все демонстранты знали наизусть тактику революции в Белграде, потому что они посмотрели фильм об этом. Каждый знал, что делать. Это была копия той революции, только более яркая» [7]. Как отмечал один из лидеров молодежного крыла «революции роз», решающую роль в победе оппозиции сыграли три актора: движение «Кмара», политические партии, особенно «Национальное движение» Саакашвили, и телеканал «Рустави-2» [9, p. 5].

В ходе «оранжевой революции» на Украине в 2004 году большую роль в мобилизации протестного электората также сыграли финансируемые из-за рубежа средства массовой информации. С помощью Агентства США по международному развитию в стране был создан Центр независимых СМИ, который стал своего рода распределителем американских грантов независимым от правительства медиа для обучения украинских журналистов в прозападном духе. При посольстве США в Киеве был открыт Фонд развития СМИ, который также финансировал проекты украинских средств массовой информации. Делая акцент на необходимости соблюдения свободы слова и борьбы с коррупцией, Запад морально и материально поддерживал исключительно оппозиционные издания.

Тем не менее, к началу острой фазы общественно-политического кризиса на Украине в 2004 году СМИ оставались под контролем правящего режима и, соответственно, обслуживали интересы кандидата в президента от власти В. Януковича. «Оранжевые» могли рассчитывать только на «Пятый канал», который с 2003 года принадлежал ярому стороннику «оранжевой революции» олигарху П. Порошенко. Аудитория канала состояла из восьми миллионов человек, а вещание покрывало не более трети территории Украины, но оппозиция сумела вызвать огромный интерес населения именно к его передачам. Огромную роль «Пятый канал» сыграл в мобилизации населения против фальсификаций итогов выборов со стороны властей, о которых «оранжевые» не переставали заявлять до, во время и после голосования. Канал вел круглосуточную трансляцию с площади Независимости (там находились основные силы «революционеров»), делая особый акцент на мирном и даже праздничном, театральном характере протестов (например, демонстрируя кадры дарения девочками-подростками цветов сотрудникам спецподразделения «Беркут»), подавая их как некое шоу и привлекая тем самым все новых людей в центр Киева на митинги в поддержку оппозиции. Особенно успешно «оранжевые» действовали в Интернет-пространстве. Так, огромную роль в победе «Майдана» сыграла базировавшаяся в то время в Вашингтоне и существовавшая на средства американского Национального фонда в поддержку демократии Интернет-газета «Украинская правда». Издание активно занималось мобилизацией украинской общественности на прозападную платформу, публиковало данные экзит-поллов и параллельного подсчета голосов, свидетельствовавших о победе оппозиционного кандидата Ющенко, разоблачало фальсификации правящего режима, сообщало актуальную информацию о протестных митингах оппозиции, предоставляло подробную логистическую информацию для желающих присоединиться к ним, сообщая о точках сбора «революционеров», их перемещениях и т. д. В это время ежедневная аудито-

рия «Украинской правды» достигала одного миллиона человек, что, конечно, являлось колоссальной цифрой для Украины 2004 года! Более того, именно «Украинская правда» служила едва ли главным источником информации о событиях на Украине для западных СМИ, тональность которых, разумеется, носила открыто антиправительственный характер.

В 2002 году при финансовой поддержке из-за рубежа был также реализован крайне эффективный сетевой проект под названием «Телекритика», в ходе которого украинские журналисты создали первое на Украине Интернет-телевидение, активно участвовавшее в президентской избирательной кампании. Основным источником финансирования «Телекритики» являлось украинское подразделение крупной международной неправительственной организации «Интерньюс» со штаб-квартирой в США. Данное СМИ было неподконтрольно властям и оказывало значительное влияние на журналистов, работавших в государственных изданиях. Благодаря усилиям этой Интернет-площадки около сорока журналистов, работавших на пяти различных государственных каналах, в конце октября 2004 года организовали своеобразный бунт и солидаризировались с «оранжевыми», отказавшись выдавать в эфир информацию по «темникам» (заранее подготовленным информационным сообщениям) администрации президента Л. Кучмы.

Помимо «Украинской правды» и «Телекритики» в распоряжении оппозиции находился еще целый ряд Интернет-ресурсов, таких как Maidan.org или веб-сайты молодежных организаций, например, «Поры». Ровно за год до победы «оранжевой революции» был запущен информационный портал оппозиции, который стал весьма популярным общественно-политическим форумом. В стране была даже основана политическая партия «Информационная Украина», поддерживавшая Ющенко. Позже ее лидер А. Колодюк заявил, что смена власти в стране стала возможной только благодаря активной работе оппозиции в Интернете [2, с. 102]. А хорошо известный М. Макфол (в то время он занимал пост старшего научного сотрудника Института Гувера) справедливо заметил, что «оранжевая революция» может быть рассмотрена как первая в истории, организованная в значительной мере через Интернет [11, р. 63].

Огромную роль финансируемые Западом средства массовой информации сыграли и в ходе «тюльпановой революции» 2005 года в Киргизии. Еще в ноябре 2003 года по инициативе и при всесторонней поддержке американской неправительственной организации «Фридом Хаус» в Бишкеке была открыта первая в истории Киргизии независимая от властей типография, директором которой стал американский журналист и сотрудник «Фридом Хаус» М. Стоун. Она стала альтернативой государственной типографии «Учгун», бывшей монополистом на рынке полиграфических услуг, а ее мощности использовались исключительно на поддержку оппозиционных средств массовой информации. Именно в ней в виде стилизованной под газету брошюры была отпечатана работа Дж. Шарпа «От диктатуры к демократии», содержавшая практические советы по борьбе с режимом [5, с. 176–178; 6; 12]. Из-под станка этой типографии выходил и главный печатный орган оппозиции – газета «Моя столица – Новости» («МСН»).

«Моя столица – Новости» была основана в 2000 году и практически полностью существовала на гранты США и западных НПО. С самого начала издание находилось в оппозиции к президенту А. Акаеву, став одним из важнейших акторов «тюльпановой революции». Газете удалось наэлектризовать общественное

мнение страны до состояния «революционной» экзальтации, приведшей к свержению легитимного режима. Регулярные публикации с откровенными призывами к смене власти подкреплялись материалами о злоупотреблениях и коррупции семьи президента Акаева. «МСН» стала настоящим рупором оппозиции: она категорически трактовала итоги выборов как несправедливые и сфальсифицированные; призывала людей, в первую очередь молодежь, выходить на улицы для протестов; информировала участников акций протеста о том, где и когда должны были состояться эти акции. Наконец, во многом именно «МСН» сумела объединить политические силы киргизской оппозиции и отмотилизовать ее в критический момент кризиса. Помимо газеты «Моя столица – Новости» (а также другой оппозиционной газеты «Республика») с помощью грантов американского правительства и неправительственных структур на киргизских телеканалах выходили в эфир общественно-политические ток-шоу «Наше время» и «Без ретуши», превратившиеся в открытую трибуну для критиков режима. Их передачи ретранслировались по региональным телестудиям на юге страны, где и начались волнения, которые привели к свержению Акаева. В целом, в ходе подготовки и осуществления «тюльпановой революции» оппозиционные СМИ (в лице традиционных медиа) работали по уже отработанной в Грузии и Украине схеме дискредитации действующей власти и призывов к непризнанию результатов состоявшихся выборов.

Начиная с событий «арабской весны», – следующей волны ненасильственных государственных переворотов, или «цветных революций 2.0», – в демонтаже правящих режимов огромную роль стали играть Интернет-технологии, в первую очередь, социальные сети. Новые медиа значительно расширили тактические возможности участников массовых протестов, кардинальным образом упростили процесс их мобилизации и систему коммуникаций между оппозиционными активистами.

США и их союзники приступили к активному использованию социальных сетей (а также чатов, форумов, блогов, вики-проектов и т. д.) для развития протестного движения среди молодежи в государствах Магриба за несколько лет до старта «арабской весны». Уже с середины нулевых годов началось финансирование ряда оппозиционных организаций, созданных в новых медиа Туниса, Египта и других арабских стран. Западные специалисты обучали молодых арабских активистов грамотному использованию новейших Интернет-технологий для распространения информации, петиций и воззваний среди граждан своих стран [3, с. 181, 186–188]. Буквально за три месяца до начала «арабской весны» гигант американской IT-индустрии компания Google организовала Интернет-конференцию «Свобода–2010», где обсуждались перспективы использования Интернета для распространения в мире демократических ценностей, на которой активно работала отдельная секция «Сеть блогеров Среднего Востока и Северной Африки» [1, с. 205].

В ходе «арабской весны» оппозиционеры применяли Интернет-технологии, в первую очередь, в качестве инструмента мобилизации, консолидации и координации протестующих. Особую роль в этом процессе сыграли социальная сеть Facebook, микроблог Twitter, а также видеохостинг YouTube, созданные в США. Один из участников «финиковой революции» 2011 года в Египте отмечал в своем микроблоге: «Мы используем Facebook, чтобы планировать протесты, Twitter,

чтобы координировать действия и Youtube, чтобы рассказать о себе остальному миру» [8]. Именно в социальных сетях появились первые оппозиционные электронные ресурсы (страницы) и призывы к смене власти. Там же назначались даты проведения акций протеста, выбиралась соответствующая символика, формировались первоначальные цели протестных движений. В соцсетях происходил обмен опытом с молодыми активистами из других стран, и распространялась информация о готовившихся акциях среди тунисцев и египтян.

Возможности социальных сетей, которые арабские правители первоначально совершенно не воспринимали всерьез, в ходе «революционных» событий в Египте и Тунисе были задействованы максимально широко. На Facebook, к примеру, выкладывались фотографии пострадавших от полицейского насилия; демонстрировались видеозаписи, показывавшие мужество и стойкость участников протестов; предоставлялись исчерпывающие данные о жертвах среди восставших с требованиями наказать виновных; размещались списки претензий к властям вкупе с поэтическими произведениями, песнями, картинками и другим «революционным» материалом. Именно на платформе данной социальной сети публиковались подробные инструкции и советы демонстрантам о том, как защититься от слезоточивого газа, водометов и электрических дубинок, применяемых полицией при разгоне демонстраций и т. д. и т. п. (впоследствии аналогичные инструкции, буквально переведенные под копирку с арабского языка, появились в ходе киевского «Евромайдана»). Twitter также сыграл важную роль в ходе массовых волнений в арабских странах. Преимущества этого сервиса мгновенных сообщений заключались, прежде всего, в его непосредственности и возможности сверхоперативного распространения информации; любое снятое событие «жасминовой» и «финиковой» «революций» благодаря Twitter можно было в считанные секунды сделать достоянием миллионов как в Тунисе и Египте, так и за рубежом. Новые медиа стали жизнеспособной альтернативой традиционным средствам массовой информации.

В целом, вклад созданных в Америке и, по сути, контролируемых из США социальных сетей в организацию и проведение «революций» в Тунисе и Египте трудно переоценить. Twitter, Facebook и другие механизмы «мягкой силы» Запада органично вписались в общую теорию ненасильственных (насколько это было возможно в условиях арабской улицы) переворотов, реализуемых США и их союзниками. Не случайно сразу после триумфальной победы «жасминовой» и «финиковой» «революций» глава Госдепартамента Х. Клинтон декларировала: «Интернет стал общественным пространством XXI века», подчеркнув, что демонстрации в исламском мире, «поддержанные Facebook, Twitter, Youtube, отражали мощь технологий соединения в качестве ускорителей политических, социальных и экономических изменений» [10].

Конечно, сам по себе Интернет и социальные сети являлись не столько причиной, сколько средством канализации народных протестов. И это средство актуализировалось только в тот момент, когда в обществе созрели реальные социально-экономические и политические причины для недовольства. Однако использование новейших западных технологий резко усилило протестный потенциал, уже имевшийся в обществе. Кроме того, благодаря работе социальных сетей у их посетителей создавалось впечатление, что в протестных действиях участвуют миллионы людей, хотя в действительности число реально проте-

ствующих и протестующих в Сети различалось многократно. Особое значение фактор социальных сетей приобрел в условиях принудительного блокирования властями доступа в Интернет; это повышало градус протестной активности, происходила политизация некоторых групп населения, отличавшихся до этого момента политической пассивностью. Ставка на использование социальных сетей позволяла противникам режима сократить материальные расходы и временные затраты на организацию государственного переворота. Наконец, именно социальные сети наряду с традиционными СМИ (особенно спутниковыми каналами монархий Персидского залива) формировали международное общественное мнение в отношении происходившего в Тунисе и Египте [4].

В заключение можно с уверенностью констатировать, что социальные сети, блоги и видеохостинги сыграли одну из ключевых ролей в осуществлении «цветных революций». И если в ходе первой волны «цветных революций» на постсоветском пространстве основными акторами выступали традиционные медиа (телевидение и печатные издания), то в ходе «арабской весны» оппозиция сделала ставку на использование возможностей находившихся в Интернете новых медиа. Правящие режимы оказались не готовы к этим вызовам и проиграли борьбу за власть.

1. Антюхова Е. А. «Арабская весна»: новые механизмы смены авторитарных политических режимов // Вестник МГИМО-Университета. № 2 (41). 2015.
2. Громова А. В. Роль и место масс-медиа в подготовке и проведении «цветных революций». Дисс. на соискание ученой степени к. филолог. н. М., 2009.
3. Кубышкин А. И., Цветкова Н. А. Публичная дипломатия США. М., 2013.
4. Наумов А. О. Оружие технотронного века. Социальные сети и «арабская весна» // Стратегия России. № 11. 2015. URL: http://sr.fondedin.ru/new/fullnews_arch_to.php?subaction=showfull&id=1446378209&archive=1449042076&start_from=& (дата обращения: 23.09.2017).
5. Бишкекский переворот: тюльпановое блюдо на азиатской кухне // Оранжевые сети: от Белграда до Бишкека. Отв. Ред. Нарочницкая Н. А. Спб., 2008.
6. «Фридом хауз» в Киргизии // Голос Америки. 03.04.2005. URL: <http://www.golos-ameriki.ru/content/a-33-2005-04-03-voa4/656985.html#> (дата обращения: 23.09.2017).
7. Baker P. Tbilisi's 'Revolution of Roses' Mentored by Serbian Activists // Washington Post. Nov. 24. 2003. URL: http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A11577-2003Nov24_2.html (дата обращения: 23.09.2017).
8. Howard Ph. The Arab Spring's Cascading Effects // Pacific Standard. Feb. 24, 2011. URL: <http://www.psmag.com/business-economics/the-cascading-effects-of-the-arab-spring-28575> (дата обращения: 23.09.2017).
9. Kandelaki G. Georgia's Rose Revolution. A Participant's Perspective // United States Institute of Peace. Special Report. July 2006. URL: <http://www.usip.org/sites/default/files/sr167.pdf> (дата обращения: 23.09.2017).
10. Le Monde. 16 Fevrier 2011.
11. McFaul M. Ukraine Imports Democracy. External Influences on the Orange

Revolution // International Security. Vol. 32. № 2 (Fall 2007).

12. Shishkin Ph. In Putin's Backyard, Democracy Stirs – With U.S. Help // The Wall Street Journal. 25.02.2005. URL: <http://online.wsj.com/news/articles/SB110929289650463886> (дата обращения: 23.09.2017).

13. Welt C. Regime Vulnerability and Popular Mobilization in Georgia's Rose Revolution // CDDRL Working Papers. Stanford University. Number 67. September 2006. URL: http://csis.org/files/media/isis/pubs/061005_ruseura_no67welt.pdf (дата обращения: 23.09.2017).

References

1. Antyuxova E.A. «Arabskaya vesna»: novye mexanizma smeny avtoritarnyx politicheskix rezhimov // Vestnik MGIMO-Universiteta. № 2 (41). 2015.

2. Gromova A.V. Rol' i mesto mass-media v podgotovke i provedenii «cvetnyx revolyucij». Diss. na soiskanie uchenoj stepeni k. filolog. n. M., 2009.

3. Kubyshkin A.I., Cvetkova N.A. Publichnaya diplomatiya SShA. M., 2013.

4. Naumov A.O. Oruzhie texnotronnogo veka. Social'nye seti i «arabskaya vesna» // Strategiya Rossii. № 11. 2015. URL: http://sr.fondedin.ru/new/fullnews_arch_to.php?subaction=showfull&id=1446378209&archive=1449042076&start_from=& (дата обращения: 23.09.2017).

5. Bishkekский переворот: tyul'panovoe blyudo na aziatskoj kuxne // Oranzhevye seti: ot Belgrada do Bishkeka. Otv. Red. Narochnickaya H.A. Spb., 2008.

6. «Fridom xauz» v Kirgizii // Golos Ameriki. 03.04.2005. URL: <http://www.golos-ameriki.ru/content/a-33-2005-04-03-voa4/656985.html#> (дата обращения: 23.09.2017).

7. Baker P. Tbilisi's 'Revolution of Roses' Mentored by Serbian Activists // Washington Post. Nov. 24. 2003. URL: http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A11577-2003Nov24_2.html (дата обращения: 23.09.2017).

8. Howard Ph. The Arab Spring's Cascading Effects // Pacific Standard. Feb. 24, 2011. URL: <http://www.psmag.com/business-economics/the-cascading-effects-of-the-arab-spring-28575> (дата обращения: 23.09.2017).

9. Kandelaki G. Georgia's Rose Revolution. A Participant's Perspective // United States Institute of Peace. Special Report. July 2006. URL: <http://www.usip.org/sites/default/files/sr167.pdf> (дата обращения: 23.09.2017).

10. Le Mond. 16 Fevrier 2011.

11. McFaul M. Ukraine Imports Democracy. External Influences on the Orange Revolution // International Security. Vol. 32. № 2 (Fall 2007).

12. Shishkin Ph. In Putin's Backyard, Democracy Stirs – With U.S. Help // The Wall Street Journal. 25.02.2005. URL: <http://online.wsj.com/news/articles/SB110929289650463886> (дата обращения: 23.09.2017).

13. Welt C. Regime Vulnerability and Popular Mobilization in Georgia's Rose Revolution // CDDRL Working Papers. Stanford University. Number 67. September 2006. URL: http://csis.org/files/media/isis/pubs/061005_ruseura_no67welt.pdf (дата обращения: 23.09.2017).

UDC 327

DOI 10.17506/dipi.2018.32.3.7987

TRADITIONAL AND NEW MEDIA AS ACTORS OF COLOR REVOLUTIONS

Naumov Aleksandr Olegovich,

Lomonosov Moscow State University,
Candidate of Historical Sciences,
Associate Professor of School of Public Administration,
Moscow, Russia,
E-mail: naumov@spa.msu.ru

Annotation

The article explores the role of traditional and new media in preparation and implementation of Color revolutions. The author argues that media and Internet resources became very important actors of Western soft power used in Color revolutions in several countries of the former Soviet Union and North Africa. During the first wave of Color revolutions (2000–2005) traditional media, generally television and printing editions, were used. During the second wave of Color revolutions – the Arab spring (2010–2011) – the opposition relied on social networks, services of instant messages and video hostings. The author comes to a conclusion that use of these tools played one of key roles in a victory of Color revolutions.

Key concepts:

color revolutions, Arab Spring, soft power, traditional media, new media, Twitter, Facebook, Internet.