

УДК 303.43

ОРАНЖЕВАЯ РЕВОЛЮЦИЯ: ПСИХОТЕХНОЛОГИИ И СОЦИОТЕРАПИЯ

Вербицкая Ю.А.

Последние президентские выборы на Украине абсолютно не вписываются в четко отработанную за последнее десятилетие на постсоветском пространстве схему: это не обычная процедура «волеизъявления народа», приправленная кондовой пропагандой и удобренная привычным админресурсом. Выборы на Украине – это страсть, это стресс, это культурологический шок, преждевременные роды, смертельные случаи и сильнейшие психические трансформации. И грандиозные манипуляции сознанием. Последний аспект заслуживает, на наш взгляд, пристального внимания и детального изучения: эти выборы четко проиллюстрировали расслоение реальности.

Постановка проблемы. В современной реальности – реальности информационного общества – можно существовать и действовать в четырех измерениях. Известный медиапсихолог Елена Пронина выделяет четыре типа реальности: реальная реальность («природа»), реальная виртуальность («убеждения»), виртуальная виртуальность («сказки»), виртуальная реальность («игры») [1, с. 305].

По мнению Е. Прониной, для человека, включенного в массовую коммуникацию (а не включенным в нее быть практически невозможно – разве что жить на необитаемом острове) как в качестве реципиента, так и в качестве коммуникатора, жизненно важно адекватно различать грань виртуальности и жизни. Выборы на Украине, судя по результатам, показали, что сделать это не так просто. Причем не только рядовому обывателю – в период выборов виртуальная реальность затмила все остальные.

Поэтому историческая ситуация, в которой оказалась Украина в данный период, требует детального осмысления прежде всего в русле медиапсихологии.

Феномен «Майдана незалежности» показал, что в условиях глобализации информационного пространства общепризнанная теория пропаганды, по крайней мере, наивна, а поэтому знаменитые российские пиарслужбы оказались практически беспомощны. Потому как столкнулись с доселе не виданной технологией, которой не смогли противопоставить равным счетом ничего из своего, казалось бы, обширного арсенала манипуляций.

Сейчас США уже не скрывают того, что они плотно занимались подготовкой украинской революции: через обширную сеть фондов, выдачу грантов, финансирование всяческих общественных организаций и так далее. Мало того, оранжевой революцией занимались американские политтехнологи. Не делают секрета американцы и из того, что работали над имиджем Ющенко и разрабатывали всю технологию его избирательной кампании.

По политтехнологиям российским гуманитарным технологам весьма трудно конкурировать с американскими специалистами. Сегодня в адрес российских политтехнологов можно услышать упреки по поводу того, что они недостаточно хорошо поработали, отнеслись к важнейшим для интересов России выборам цинично и беспечно. На наш взгляд, российские политтехнологи выложились «на все сто», они

сделали все возможное и невозможное из того материала, который им предоставили -- то есть Виктора Януковича, с уголовным прошлым, непрезентабельной супругой, предателем -- начальником штаба. Почему же они проиграли? Потому как конкурировать с американцами на этих выборах было все равно, что сражаться водяным пистолетом против ручного гранатомета. Как действовали россияне -- привычными методами: занимались агитацией и пропагандой, плюс активно эксплуатировали админресурс и фигуру Путина как значимую для украинцев личность. Методы, которые задействовали американские политтехнологи в этой кампании, были более прогрессивными. По оценкам некоторых экспертов, на выборах использовались приемы из области социальной инженерии. Суть -- так называемое управление свободой. Главное действующее лицо -- «творцы» революции, а на самом деле, простые чернорабочие, исполнители -- люди на Майдане, искренне думающие, что они творят историю, тогда как всю революцию организовала пара-тройка технологов. Управлять толпой, которая не понимает, что ею управляют -- блестящий ход, высокотехнологичная манипуляция, противопоставить которой россияне не смогли ничего. Мало того что московские пиарщики не ожидали этой технологичной акции, так они даже не смогли ни проанализировать ее, ни скорректировать, ни адекватно ответить -- чтобы не потерять лицо, им оставалось только с умным видом комментировать отлично поставленный спектакль.

Давайте откинем эмоции по поводу «геополитического проигрыша России» и попытаемся проанализировать «спонтанное» и «свободное» восстание украинского народа против «режима Кучмы». Ряд моментов настораживает своей системностью, технологичностью и организованностью, что заставляет говорить о срежиссированном характере оранжевой «революции» (посему это слово взято в кавычки).

Рассмотрим эти моменты подробнее.

Если все нижеперечисленные пункты сложить вместе, то получится своего рода рецепт революции.

«Бархатная революция» в Праге, «танцующая оппозиция» в Белграде, «революция роз» в Тбилиси -- все это этапы отработки технологии принудительного отстранения от власти законных (избранных демократическим путем) деятелей и правительств с помощью управляемой толпы, то есть невооруженного государственного переворота, так называемая бескровная, мирная революция.

Электоральная кампания Ющенко была всесторонне подготовлена.

Рассмотрим ингредиенты:

1. Соответствующий лидер оппозиции.

Надо отметить, что Виктор Ющенко одним из первых в украинской политике стал работать с имиджмейкерами. Его имидж выстраивался так, как обычно строят имидж лидерам тоталитарных сект -- тип религиозного проповедника. Это был имидж «мессии». Признаки: в лексике -- употребление выражений типа «мой народ», «моя нация», «моя Украина». Старался избегать определенных высказываний, говоря общими фразами. отождествление себя со всей страной: «Мое лицо -- это лицо Украины». Апелляция к чувствам, эмоциям, иррациональной стороне психике -- первое слово его лозунга «Верю», -- а не к рассудку и логике. Блуждающий взгляд, поверх собеседников и присутствующих. Активная жестикуляция (использует до сих пор) -- преобладание жестов, символизирующих искренность, откровенность и открытость -- беспроблемный ход, примененный во время вторых теледебатов с Януковичем: «Эти руки ничего не крали» -- и демонстрация открытых ладоней. Вторая часть сконструированного имиджа -- образ «отравленного властью», отравитель неопределен:

«КГБ», «спецслужбы». При этом удачно забывалось, что Виктор Ющенко – политик из окружения Леонида Кучмы.

Одежда, поведение и высказывания должны были символизировать политика новой генерации, прогрессивного, западного типа: неформальные пиджаки, блейзеры, яркие галстуки.

Имидж Виктора Януковича уступал по многим параметрам – образ «хозяйственника», опытного управленца не вызывал эмоций и проигрывал тем, что был обращен к рассудку, логике и разуму. Поведение Януковича напоминало поведение политика советской эпохи: тугодум, отсутствие эмоциональности, притягательных жестов и фраз, строгая консервативная одежда.

2. Умело разработанная цветовая символика.

Цветом революции оппозиция выбрала оранжевый цвет. Оранжевый считается одним из лучших цветов в психотерапии, так как, обладая всеми свойствами красного, поддерживает тонус, состояние возбуждения, не вызывает ощущения агрессии, привлекает симпатии и соединяет сторонников.

Второй шаг – внедрение в народ моды на оранжевую стилистику – цвет прочно ассоциировался со «стильным», «модным», «западным», что привлекало молодежный электорат и жертв невротической погони за последними новинками моды. На этом фоне бело-голубые цвета кандидата от официальной власти смотрелись холодно, закрыто и строго.

3. Создание молодежной организации.

Молодежными группами проще управлять в рамках той концепции, которую использовала оппозиция. И этот ресурс избирательной кампании был использован ею в полной мере. Подобные организации были сконструированы во всех странах, переживших мирную революцию – «Кмара» в Грузии, «Отпор» в Югославии, в Украине ее назвали «Пора». Это были своего рода массовые группы по типу штурмового отряда, готовые действовать любыми средствами, если результаты всенародного голосования не устроят оппозицию.

4. Внедрение идеи «мирной бескровной революции».

Оппозиционеры использовали тактику постоянного и напористого декларирования, что оппозиция борется с властью ненасильственными методами. Хотя, к примеру, блокада государственных учреждений, потасовки в Верховном Совете, шантаж членов Верховного, потасовки в Верховном Совете, шантаж членов Самонародного голосования не устроят оппозицию. Ощущения агрессии, привлечение Суда или перемены состава Центризбиркома – акты скорее боевых действий, чем переговорного процесса.

5. Присвоение малой группой активистов права говорить от имени большинства.

Несколько десятков тысяч людей на майдане – это далеко не весь народ. Однако несколько недель с телеканалов доносились проникновенные фразы, что на майдан вышел весь украинский народ.

Весьма эффективный психологический ход, создающий у населения обманчивое ощущение, что на киевской площади – большинство, по принципу конформизма запускающий механизм группового давления.

6. Создание иллюзии спонтанности и стихийности протеста.

Организация материального обеспечения «стихийного» протеста была глубоко эшелонирована: оранжевые палатки, ленточки, шарфики, теплая одежда и обувь были

заготовлены загодя, а жизнь митинговых групп жестко регулировалась заранее натренированными сотниками, комендантами, оргкомитетами и т.д.

7. Создание оппозиционного канала.

Важный шаг, особенно если учесть, что оппозиция имела меньший доступ к официальным СМИ.

Задолго до выборов в украинском информационном пространстве возник новый канал – «Пятый». Изначально он позиционировал себя как «канал честных новостей», вызывая этим возмущение остальной части журналистского сообщества. Этот канал обеспечил 50% успешного исхода революции. Канал выполнил свою главную функцию – обеспечил эффект глобального присутствия на майдане Незалежности.

Основной удар по психике украинцев канал начал наносить в день голосования второго тура выборов: бесконечные трансляции новостей с Майдана, картинка без комментариев с того же майдана, прямое включение из разных регионов страны с митингов «оранжевых», дискуссии в студии, причем беседовали оранжевые с оранжевыми, реальной полемики сторон не наблюдалось – все это создавало нужный эффект массовости. Плюс уже упомянутый эффект присутствия и эффект участия.

8. Намеренное использование базовых потребностей в целях манипуляции общественным мнением.

В первые дни голосования второго тура оппозиция сильно пошатнула две базовые потребности: в безопасности и в определенности. С помощью, разумеется, телевидения потребности нещадно фрустрировались. А, как известно, фрустрация, то есть блокирование потребности в определенности, – сильнейшая психотравма. Информационное зомбирование было всепроникающим: вся Украина пила корвалол, ругалась, но все равно смотрела передачи оппозиционного «пятого канала». Пытаясь вернуть ощущение стабильности и определенности, в поисках необходимой для этого информации население вынуждено было потреблять магическую продукцию. Так, по наблюдениям специалистов, в данный период на улицах Украины увеличилось количество людей, разговаривающих сами с собой...

9. Люстрация.

Люстрация – от лат. очищение, а попросту «охота на ведьм» – еще один сильный психологический прием, использованный «оранжевыми» оппозиционерами.

Каждый житель, кроме утраты чувства безопасности, прочувствовал и занесенный над собой меч. Оппозиционеры составляли и публиковали списки тех, кто голосовал против Ющенко. Многие люди почувствовали себя «на крючке» – эффективный устрашающий прием, который никак не вяжется с декларируемыми оппозицией демократическими принципами. В Польше и Чехословакии люстрации подвергались люди, подозреваемые в сотрудничестве со спецслужбами – они лишались права заниматься политической деятельностью, работать в госучреждениях, в СМИ. В Украине же люстрация используется как технология отвлечения народа от анализа реальных действий новой власти – до бесконечности можно выявлять преступников, предателей, отнимать и заново делить.

Президентские выборы на Украине стали отличной иллюстрацией того, какой результат может дать грамотное использование эффективных и современных психотехнологий. И, по-видимому, нам следует ждать существенного переосмысления концепций политической пропаганды и контрпропаганды, что приведет к обострению гонки PR-вооружений. Но над этим целесообразней задуматься отечественным мэтрам политконсалтинга. А обеспечить личную самозащиту от «управляемой свободы» может только развитие и распространение психологических знаний.

В этот период автором была предпринята попытка социотерапии (см. проработку понятия – [2, с. 59-68; 3, с. 36-53]) – в разгар психической атаки в надежде микшировать, хоть в какой-то степени, остроту информационной травмы, укрепить стрессогенную устойчивость массового избирателя путем повышения медиапсихологической грамотности аудитории.

В течение двух месяцев в газете «Крымская правда» публиковались психологические обзоры типа: «Выключите телевизор», «Оранжевый сценарий обернулся диагнозом», «Толпа превращается в племя», «Почем оранжевый адреналин» и др., – раскрывавшие приемы и уловки «социальной инженерии», манипулятивных психотехник и тотального напора. Аналогичные антиманипулятивные материалы стали публиковать и другие газеты Крыма. На местных телеканалах организовали социотерапевтические выступления профессиональных психологов. Были проведены круглые столы и семинары, обсуждавшие медиапсихологические проблемы.

Ретроспективный анализ предпринятой акции по методу “case-study” показал, что социотерапевтические тексты реально помогают конкретным людям преодолеть стресс, что социотерапевтические методы по самой своей природе антиманипулятивны и их невозможно приспособить для антиобщественных или своекорыстных пропагандистских акций, что журналистам нужно серьезно изучать медиапсихологию, потому что в пылу социальных пертурбаций трудно удержаться от банальной контрпропаганды, которая в современных условиях оказалась беспомощной и бесперспективной.

Список литературы

1. Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. – М., 2002.
2. Трубицына Л.В. Информационный век: защита от СМИ // Проблемы медиапсихологии-2. – М., 2003.
3. Чудова Н.В. Журналистика и социотерапия // Проблемы медиапсихологии-2. – М., 2003.

Поступила в редакцию 18.08.2005 г.