

« СУЧАСНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ дэстабілізацыі грамадства »

УВОДЗІНЫ

Тэрмін « тэхналогіі » [слайд 2] (ад грэч. « Techne » - мастацтва, масць рство, уменне; « logos » - паняцце, веданне) прыйшоў у палітыку з вытворчасці і пазначае накіраванае ўздзеянне чалавека або калектыўнага суб'екта [слайд 3] на працэсы і аб'екты з мэтай змены іх уласцівасцяў, надання патрэбных якасцяў.

[Слайд 4]

1. ІНФАРМАЦЫЙНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ дэстабілізацыі

Формы інфармацыйнага ўздзеяння [слайд 5] вельмі разнастайныя і многаінструментальныя. Іх сукупнасць дазваляе маштабаваць дэструктыўныя палітычныя тэхналогіі, якія прымяняюцца сёння ў многіх краінах свету.

[Слайд 6] У цяперашні час у інфармацыйным уздзеянні на грамадства прымяняюцца комплексы тэхналогій і ў беларускім крымінальным заканадаўстве кваліфікуюцца як прапаганда.

Пры гэтым тэхналогіі інфармацыйнага ўздзеяння шматстайныя і ў залежнасці ад стаяць перад імі задач могуць ўключаць такія інструменты, як дыскрэдытацыю, адцягненне ўвагі і рэсурсаў, тролінг, мадыфікацыю [слайд 7]. Да ліку найбольш часта прымяняюцца таксама ставяцца цэтлікі, паўторы, сцвярджэнні, размыццё негатыву, блякаваньне [слайд 8].

У ажнейшым фактарам паспяховай рэалізацыі тэхналогій дэстабілізацыі грамадства на сённяшні дзень становіцца наяўнасць у суб'ектаў сучасных інфармацыйных

сродкаў і каналаў камунікацыі, якія спалучаюць розныя *техноэфекты і псі-эфекты*.

Сярод техноэфектов [слайд 9] варта перш за ўсё вылучыць *хуткасць распаўсюджвання інфармацыі*. Калі інфармацыя трапіла ў Інтэрнэт, яна можа быць маментальна распаўсюджаная любым зацікаўленым тварам на тэарэтычна неабмежаваную колькасць інтэрнэт-пляцовак рознага роду (такіх як сайты, блогі, форумы і шэраг іншых).

Другі техноэфект звязаны з *адсутнасцю меж*аў і *адлегласцяў*, паколькі інтэрнэт з'яўляецца наднацыянальнай гиперсетью.

Трэці эфект звязаны з тым, што інфармацыя ў інтэрнэце можа *захоўвацца не абмежавана доўга*. Гэта дазваляе дэстабілізатар істотна эканоміць сілы і рэсурсы на падтрыманне патрэбнага інфармацыйнага фону. Калі карыстальнік размяшчае інфармацыю ў Інтэрнэце, ён часцяком губляе кантроль над ёй, нават не ўсведамляючы гэтага.

Чацвёрты звязаны з *ананімнасцю*, якая тэхнічна магчымая. Яна рэалізуецца пры дапамозе праграм, спецыяльна прызначаных для прыкрыцця IP-адрасоў - ананімайзэры. Па сваёй сутнасці гэта проксі-серверы, створаныя адмыслова для прадастаўлення ананімнасці ў Інтэрнэце.

Што тычыцца псі-эфектаў, тут неабходна згадаць такія як *эфект першага ўражання* [слайд 10]. Сфармаваны і надрукаваны на свядомасць мас ўстойлівыя станоўчыя вобразы палітычнага дзеяча здольны пераважыць якія выяўляюцца пасля недахопы і негатыўныя якасці дадзенай асобы. Наадварот, чорныя тэхналогіі дыскрэдытацыі аб'екта вельмі складана пасля абвергнуць.

Эфект статкавасці [слайд 11] уяўляе сабой магутную формаў у групавога мыслення. Калі ў мірна пасвяцца табуне коней спалохаць 5% асобін і «пусціць іх ва ўцёкі», то ўвесь астатні табун сарвецца з месца; калі нават 5% светлячкоў

выпадкова сінхронна успыхнуць, то тут жа будзе ўспышка цэлага лугі. Тое ж самае адбываецца і ў людзей. Так, каляровую рэвалюцыю 2011 года ў *Egipce* фактычна зрабілі карыстальнікі сацыяльнай сеткі Facebook, якіх на той момант налічвалася ўсяго 5,5 адсоткаў насельніцтва.

Іншым псіхалагічным фактарам, які заўсёды імкнецца задзейнічаць дэстабілізатар з'яўляецца *клінавай мысленне*. [слайд 12] Яно ўяўляе спосаб успрымання навакольнага свету ў выглядзе мазаікі, пазлаў, калі ў свядомасці фарміруецца яркі, але фрагментарны і кароткачасовы вобраз, які тут жа змяняецца іншымі падобнымі вобразамі.

Немалаважную ролю сярод псі-эфектаў [слайд 13] гуляе сацыяльнасць інфармацыі, якая падаецца як выходная непасрэдна ад людзей, а значыць - з першых рук.

Пры гэтым найбольш сучасныя тэхналогіі маніпулявання масавым свядомасць задзейнічаюць менавіта *візуальны эфект* [слайд 14]. Гэты прасты прыклад паказвае некалькі важных асаблівасцяў фарміравання нашага меркавання і чыёй-то рэпутацыі.

1. Як слаба абаронены наш мозг ад маніпулявання.

2. Вельмі многае, калі не ўсё, залежыць ад таго, якую інфармацыю нам падаюць.

3. [слайд 15] І як вынік - мы (наша меркаванне) сталі вельмі залежныя ад сучасных каналаў перадачы інфармацыі (Інтэрнэт, СМІ, ТБ ...), якія ў якасці ўстойлівай практыкі прадукаюць фэйкі і дзіпфейкі.

[слайд 16] DeepFake, DeepNude, Deep ... - сёння ўсё часцей словы з дадзеным каранем сустракаюцца на экранах ТБ ці ў загалоўках артыкулаў і блогаў. Падобны рэзананс з'яўляецца следствам паводкі інтэрнэту велізарнай колькасцю ролікаў, дзе палітыкі, бізнесмены, акцёры і лідэры грамадскай думкі дапускаюць выказванні і робяць учынкі, на якія ў здаровым розуме яны наўрад ці вырашыліся бы.

Неабходна адзначыць, што «Дипфейк» [слайд 17] - гэта не проста падроблены медыя-кантэнт, а матэрыял, створаны кампутарным алгарытмам з велізарнай колькасці медыя-фрагментаў. У агульным выпадку гэта кіраваны штучным інтэлектам механізм замяшчэння асобы аднаго чалавека тварам іншага чалавека *шляхам машыннага навучання*. Дадзеная тэхналогія дазваляе стварыць падроблены кантэнт неадрозны ад арыгінала традыцыйнымі сродкамі экспертызы.

[Слайд 18] Вышэйпералічаныя тэхналогіі і прыёмы інфармацыйнага ўздзеяння з'яўляюцца кампанентамі канкрэтных накіраваных аперацый дэструктыўнага інфармацыйнага ўздзеяння, што патрабуе наяўнасці пастаяннай сістэмы рэагавання [слайд 19].

Выкладзенае ставіць пытанне аб мерах процідзеяння і рэагавання дэструктыўным уплывам [слайд 20]. Да ліку першачарговых адносяцца: маніторынг інфармацыйнага поля з аналізам магчымых негатыўных наступстваў, рэалізацыя мер па мінімізацыі негатыўных апошні інфармацыйнага ўздзеяння на грамадства.

[слайд 21] У прыватнасці, мэтамі маніторынгу інфармацыйнага поля з'яўляюцца: выяўленне пагроз і магчымасцяў, кантроль зменаў сітуацыі, вывучэнне тактыкі дзеяння апанентаў і інш. Пры гэтым вывучацца могуць розныя элементы: паведамленні з іх атрыбутамі; укаранёныя аб'екты (спасылкі, карцінкі, файлы); дадзеныя па крыніцах і інш.

[слайд 22] Прыкладны алгарытм аналізу ў абагульненым выглядзе можа быць прадстаўлены адказамі на чатыры пытанні: Якая тэма эксплуатаецца? З дапамогай чаго ажыццяўляецца ўздзеянне на аўдыторыю? Хто з'яўляецца мэтавай аўдыторыяй? Як можна нейтралізаваць дэструктыўнае ўздзеянне? [слайд 23]. У некаторых краінах ўжываецца ўкараненне сістэмы грамадскага кантролю за Інтэрнэт-медыя (пільны грамадзянін)

[слайд 24]. Вызначальную ролю ў пытаннях маніторынгу будзе гуляць выкарыстанне «разумных» сістэм, якія дазваляюць ажыццяўляць тэхнічную аналітыку [слайд 25].

Недастатковая эфектыўнасць медыйнага процідзеяння дэструктыўным уплывам звязаная з разузгадненне паміж каналамі ўздзеяння і аўдыторыяй, на якую вядзецца трансляцыя. Так, інфармацыйнае проціборства з боку прадзяржаўных сіл ажыццяўляецца галоўным чынам праз «традыцыйныя» СМІ (друк і дзяржаўныя тэлеканалы), тады як асноўная маса пратэстнай аўдыторыі «жыве» у Telegram і YouTube і БТ проста не глядзіць.

Для таго, каб гаварыць з аўдыторыяй на «адной мове» неабходна «подстраивание» пад пласт «піраміды патрэбаў» пратэстнай масы [слайд 26]. У прыватнасці, дзяржава ставіць сабе ў заслугу тое, што ім задаволеныя базавыя патрэбы чалавека (ніхто не памірае з галаву, забяспечана харчовая бяспека, жыллё і да т.п.). У той жа час запыт пратэстуючых ляжыць у іншым, больш высокім узроўні «піраміды» (патрэбнасць у прыналежнасці да групы, датычнасці, самарэалізацыі). «Нестыкоўка» узроўняў патрэбаў цягне за сабой гутарка «сляпога з глухім».

Галоўную ролю ў супрацьдзеянні сучасным тэхналогіям дэстабілізацыі з'яўляецца ажыццяўленне маніторынгавых мерапрыемстваў, якія дазваляюць прагназаваць сцэнары развіцця падзей. Комплекснае рэагаванне на якія можа быць забяспечана за кошт з овершенствования ахоўных, папераджальных, у тым ліку прававых і інфармацыйных, мер, накіраваных на выпрацоўку ў грамадстве імунітэту супраць тэхналогій дэстабілізацыі, іх нейтралізацыю. Тут неабходна максімальны ўдзел заканадаўчай улады, ідэалагічнай вертыкалі, дзяржаўных СМІ, органаў і арганізацый, якія займаюцца інфармацыйным забеспячэннем дзяржаўнай палітыкі.

2. САЦЫЯЛЬНА-Псіхалагічныя ІНСТРУМЕНТЫ КІРАВАННЯ масавага пратэсту (На прыкладзе БЕЛАРУСКАГА ИНФОПОЛЯ)

Маніторынг практычных прыёмаў інфармацыйнага ўздзеяння на прыкладзе беларускага інфармацыйнага поля дазваляе вылучыць шэраг асаблівасцяў і заканамернасцяў [слайд 27] .

Для таго, каб той ці іншы інфармацыйны рэсурс « набраў » патрэбны вага (сацыяльны капітал) і разам з ім маніпуляцыйныя патэнцыял, рэалізуецца пакрокавы алгарытм яго «раскруткі», які ўключае звычайна пяць-шэсць крокаў.

[Слайд 28] **Крок першы** - стварэнне інфармацыйнага рэсурсу. Напрыклад, YouTube або Telegram - канала, які публікуе «инсайды», «слівы», а то і наогул «тое, што хаваюць». Забароненае па-дзіцячы прывабна і забяспечвае рэсурсу першы, пакуль невялікі, круг падпісчыкаў. Канал пакуль мала хто ведае і ў такім «напаўспячыя» рэжыме ён можа функцыянаваць да некалькіх гадоў.

Крок другі - хуткае пашырэнне аўдыторыі. Выхад за рамкі «сваіх» падпісчыкаў ажыццяўляецца за кошт публікацыі гучнай навіны, пажадана крымінальнага характару (у СМІ негатыў заўсёды больш запатрабаваны, чым пазітыў). Прыкладам можа паслужыць папулярны Telegram - канал « NEXTA », які рэзка «падняўся» на публікацыі фота загінулага магілёўскага міліцыянта. [Слайд 29] Знайшлася аўдыторыя (у асноўным магілёўская, як паказаў Google Analytics), якой цікава паглядзець на труп. Такім чынам **адпрацоўваюцца два першыя запыты** аўдыторыі, якія ляжаць на ўзроўні прымітыўнага калектыўнага свядомасці - запыт на

«забароненае» і запыт на «жесьць» (кроў, гвалт, аварыі, ПП і г.д.). Як вынік - рэзкае павелічэнне колькасці падпісчыкаў рэсурсу [слайд 30].

Крок трэці - самы важны - атрыманне даверу [слайд 31]. Дасягаецца за кошт наладжвання «зваротнай сувязі», калі магчымасць у адзін клік пераслаць рэсурсу тую ці іншую навіну стварае прыемную ілюзію ўласнай значнасці і дачынення да «топу». На гэтым этапе **ўжываецца ўжо жорсткая «прывязка» аўдыторыі** да рэсурсу за кошт эксплуатацыі патрэбаў больш высокага ўзроўню, чым статкавыя інстынкты. Гульня вядзецца на неабыхавых людзей, апеляцыі да несправядлівасці, імкненні да датычнасці, актывізму, самаарганізацыі.

У некаторых выпадках падобныя рэсурсы становяцца своеасаблівым «тэлефонам даверу», куды людзі звяртаюцца ў надзеі вырашыць, якія іх непакояць або падзяліцца набалелым. Пры гэтым варта заўважыць, што ў рэсурсе да дадзенага перыяду практычна адсутнічае палітычны парадак альбо агучванне інтарэсаў канкрэтных сіл. Гэта спрыяе фарміраванню ўстойлівай веры аўдыторыі ў тое, што рэсурс прадстаўляе яе інтарэсы і яны робяць «супольная справа».

Крок чацвёрты - нарошчванне аўдыторыі і факусоўка сігналу. Рэалізуецца тая ж тактыка, што і на папярэднім этапе (гульня на пачуцці справядлівасці і патрэбы самарэалізацыі), аднак рэсурс выступае ўжо не рэтранслятарам сігналаў, а іх пераўтваральнікам. Працуе пераўтварэнне сігналу проста: ад бытавой праблемы да палітычнай парадку і трансляцыі інтарэсаў пэўных сіл [слайд 32].

Напрыклад: «У жыхароў вуліцы Іванова праблема: у двары прарвала каналізацыю». Далей ідзе пераўтварэнне сігналу, у якім можа быць два варыянты: рэклама («Для неповторения падобных выпадкаў купляйце больш трывалыя трубы фірмы АБВГД») альбо палітычны парадак:

«У вашай праблеме вінаватыя сантэхнік / кіраўнік горада / міністр / ўрад / парламент / прэзідэнт» (выбраць патрэбны шаблон).

У выніку чалавек знаходзіцца ў ўпэўненасці, што: а) яго пачулі і праблема будзе вырашана (патрэба ў абароне і бяспецы), б) ён далучыўся да «лепшаму» каналу (патрэбнасць у прыналежнасці да групы), в) мы бачым вінаватага, павышаючы тым самым уласную значнасць (патрэба ў самарэалізацыі і прызнанні).

Адпрацавана ўся «піраміда патрэбаў» чалавека, крытычнае прытомнасць адключана, рэсурс становіцца «народным». З гэтага моманту аўдыторыя ператвараецца ў паслухмяны інструмент дасягнення патрэбных рэсурсу мэтай.

[слайд 33] **Крок пяты** - мэтанакіраваная праца з грамадскай свядомасцю, «якорение» палітычнай пазвы. Інструмент маніпуляцыі застаецца ранейшым - пераўтварэнне сігналу ад бытавых пытанняў да палітычных.

Крок шосты - непасрэднае кіраванне. Рэалізуецца праз падачу прамых каманд: «направа», «налева», «ўключыць», «выключыць». Маса людзей будзе з натхненнем рухацца «з пункта А ў пункт Б», свята верачы ў тое, што кожны з прысутных прыняў гэтае рашэнне самастойна, уласным душэўным парывам і ім ніхто не кіруе [слайд 34].

Пасля шостага этапу найбольш верагодным сцэнарам развіцця рэсурсу становіцца яго манетызацыя (продаж або зараблянне на рэкламе). У той жа час наступная змена выгадополучателя або «гаспадара» аўдыторыі - гэта ўжо працэсы, якія, як правіла, застаюцца «за кадрам» для аўдыторыі, а рэсурс працягвае працаваць з іншымі мэтамі і задачамі.

3 . КАЛЯРОВЫЯ РЭВАЛЮЦЫІ: дэстабілізацыі ПРАЗ «дэмакратызацыі»

Каляровыя рэвалюцыі ўяўляюць сабой змену ўлады, ажыццёўленую зацікаўленымі сіламі пры значнай падтрымцы насельніцтва ўнутры краіны і з шырокім выкарыстаннем тэхналогій кіравання масамі. У аснове каляровых рэвалюцый ляжыць тэзіс пра неабходнасць дэмакратызацыі дзяржавы. Курс на дэмакратызацыю быў узяты калектыўным Захадам на чале з ЗША адразу пасля распаду Савецкага Саюза.

[Слайд 36] Адміністрацыя Біла Клінтана вынесла на парадак дня ў 1990-х гадах дзве ідэі, якія заклалі новае бачанне міжнародных адносін. Па-першае, абвешчалася пажаданасць паўсюднага прасоўвання дэмакратыі, якая была абвешчана найлепшай формай дзяржаўнага ладу. Па-другое, увага канцэнтравалася на гуманітарных інтэрвенцыя - інтэрвенцыя, накіраваных на забеспячэнне бяспекі закранутых ўнутранымі канфліктамі людзей. Якая з'явілася канцэпцыя «бяспекі чалавека» мяркуе разам з фізічнай бяспекай таксама і палітычную, эканамічную, экалагічную, медыцынскую, харчовую і г.д. У канчатковым рахунку гэтыя ідэі перапляліся настолькі цесна, што сталі двума бакамі аднаго медаля. Дэкларавалася, што ў поўнай меры «бяспеку чалавека» забяспечана толькі пры дэмакратычным ладзе.

[Слайд 37] Першапачаткова формай ўмяшання ЗША ва ўнутраныя справы іншых дзяржаў былі інтэрвенцыі, у рамках якіх гуманітарныя мэты перапляталіся з палітычнымі. Усяго ў 1990-я - пачатку 2000-х гадоў Вашынгтон на розных падставах і ў розных абставінах ажыццявіў інтэрвенцыі ў Самалі, Гаіці, Боснію і Герцагавіну, Югаславію, Афганістан і Ірак. Пасля ўварвання 2003 года ў Ірак адміністрацыя Джорджа Буша-

малодшага паставіла амбіцыйную мэту мадэрнізацыі Блізкага Ўсходу праз яго дэмакратызацыю. У чэрвені 2004 года адпаведную дэкларацыю прадставілі на саміце «Вялікай васьмёркі» пад назвай «Партнёрства ў імя прагрэсу і агульнага будучага з рэгіёнам» пашыранага «Блізкага Ўсходу і Паўночнай Афрыкі».

[Слайд 38] Магчымасць ажыццяўлення інтэрвенцый пад эгідай высакародных матываў прапрацоўвалася і на міжнароднай арэне. Замест распрацаваных у XX стагоддзі тэорый суверэнітэту, якія будаваліся на прынцыпе неўмяшання ва ўнутраныя справы іншых дзяржаў, прапануецца ідэя «суверэнітэту як адказнасці» [слайд 39]. Яна прасоўваецца праз канцэпцыю «Абавязак абараняць» (R 2 P), прынятай Генеральнай асамблеяй ААН у 2005 годзе і канчаткова сфармуляванай ў дакладзе Генеральнага сакратара Пан Гі Муна ад 12 студзеня 2009 года.

Кіраўніцтву краіны ставіцца ў абавязак «абараняць сваё насельніцтва ад генацыду, ваенных злачынстваў, этнічных чыстак і злачынстваў супраць чалавечнасці». Калі яно з гэтым не справіцца, то адказнасць дэлегуецца міжнароднай супольнасці, якое павінна абараніць (праз Савет Бяспекі і згодна са Статутам ААН) якое знаходзіцца пад пагрозай насельніцтва. Знешняе ўмяшанне ва ўнутраныя справы Лівіі ў 2011 годзе ў заходнім экспертнай супольнасці пазіцыянавалася як увасабленне R 2 P ў жыццё.

Настойваць на пераазначэнне паняцця суверэнітэт сталі і ў ЗША. [Слайд 40] «слабое дзяржава не можа кіраваць сваімі грамадзянамі і забяспечваць ім тое, што дзяржава павінна забяспечваць» - сцвярджаў дарадца па нацыянальнай бяспекі ў адміністрацыі Джорджа Буша-старэйшага Brent Scowcroft. Дадзены тэзіс знайшоў сваё адлюстраванне і ў афіцыйных дакументах звышдзяржавы [слайд 41] . У апублікаванай у сакавіку 2005 года Нацыянальнай абароннай стратэгіі ЗША ўказваецца на

недапушчальнасць выкарыстання асобнымі дзяржавамі прынцыпу суверэнітэту ў якасці апраўдання тых дзеянняў, якімі яны пагражаюць ўласным грамадзянам, суседзям і міжнароднай супольнасці.

Аднак выдаткі інтэрвенцый аказваюцца занадта высокімі. Рызыкі людскіх і матэрыяльных страт, звязаных з уварваннем ў іншыя дзяржавы, выклікалі спрэчкі ўнутры грамадства на конт мэтазгоднасці інтэрвенцый. Напад на іншыя краіны без згоды міжнароднай супольнасці, як гэта было ў выпадку Ірака, правакуе канфлікты не толькі з традыцыйнымі апанентамі Вашынгтона ў асобе Расеі і Кітая, але і з саюзнікамі ў НАТО (Германія, Францыя). У сваю чаргу адказнасць за тое, што адбываецца кладзецца на С Ш А . Іх імідж на міжнароднай арэне і ўнутры краіны пагаршаецца, калі аказваецца, што звышдзяржава не здольная стабілізаваць сітуацыю і забяспечыць пераход падвергліся інтэрвенцыі дзяржаў да паўнаважнасці дэмакратыі.

У такой сітуацыі на змену інтэрвенцыя прыйшлі каляровыя рэвалюцыі. Іх падтрымка стала канстантай знешняй палітыкі калектыва Захаду. [слайд 42] Рухаючай сілай рэвалюцый часта былі ўжо не бяздольныя і пакутуюць ад галечы людзі, але забяспечаныя пласты гарадскога насельніцтва, прэтэндаваць на большае, чым яны маюць цяпер. У авангардзе рэвалюцый можна ўбачыць крэатыўны пласт грамадства, людзей з больш высокім узроўнем адукацыі і даходу, маладое пакаленне, перш за ўсё, студэнтаў і выпускнікоў ВНУ, прадстаўнікоў сферы паслуг, прыватнага бізнесу, ІТ-сферы.

Акрамя апеляцый да годнасці і дэмакратыі антураж каляровых рэвалюцый складаўся і з іншых элементаў. Найбольш тыповыя з іх: эканамічны песімізм, спараджальны наступствамі сусветных крызісаў, высокі ўзровень развіцця інфармацыйных тэхналогій, які забяспечвае мабілізацыю мас і выхад іх на вуліцы,

падвышаная актыўнасць недзяржаўных структур, «незалежных» СМІ і лідэраў думкі, якія стваралі атмасферу рэвалюцыі, гатоўнасць часткі грамадства да самаарганізацыі ў барацьбе супраць дзяржавы, відовішчнасць пратэсту, змешваць палітыку з забаўкай і прыцягвае публіку.

[Слайд 43] Шматлікія каляровыя рэвалюцыі паказалі, што звяржэнне кіраўнікоў, у сутнасці, мала што мяняе. Людзі, якіх на вуліцу вывела жаданне палепшыць ўзровень жыцця і дасягнуць такога ж матэрыяльнага дабрабыту, як на Захадзе, і шчыра лічылі, што гэты працэс тармозяць іх кіраўнікі, не сталі жыць лепш.

Прывядзём у якасці прыкладу Егіпет, дзе ў 2011 годзе зрынулі 82-гадовага прэзідэнта Хосні Мубарака. Наступны дзень пасля яго адстаўкі адзначыўся адменай Канстытуцыі і роспускам парламента. Да ўлады прыйшлі ваенныя у асобе Вышэйшага савета Узброеных сіл. На чале знаходзіўся егіпецкі міністр абароны генерал Мухамед Хусэйн Тантаві, па словах амэрыканскіх дыпламатаў - «цвёрдалобы кансерватар, які яшчэ больш, чым Мубарак, накіраваны на захаванне статус-кво". Савет атрымаў практычна неабмежаваную ўладу, а серыя "пераходных" законаў прадаставіла арміі, апроч усяго іншага, імунітэт ад судовага пераследу і права вета на «супярэчаць вышэйшай інтарэсам краіны» палажэнні канстытуцыі. Які стаў летам 2012 года прэзідэнтам прадстаўніка «Братоў-мусульман» Мурсі ў ліпені 2013 года адхілілі ад улады, а ў верасні 2013 года «Браты-мусульмане» былі забаронены.

Існуе тры асноўных сцэнарыя развіцця краіны ў пострэвалюцыйны перыяд:

1) нівеліраванне дэмакратычных дасягненняў і вяртанне «на кругі свая», як гэта адбылося ў Егіпце;

2) Зацяжны грамадзянскі канфлікт і пагроза распаду цэласнасці краіны, прыкладам чаму сталі Лівія, Сірыя і ўкраінскі «евромайдан» 2013-2014 гадоў.

3) Пераход да «дэмакратыі» альбо змена ўлады ў межах ранейшай мадэлі без адчувальных прарываў і прагрэсіўнага развіцця (украінская майдан 2004 года).

[слайд 44] Пра ўзровень жыцця ў краінах перамаглі рэвалюцый дазваляе судзіць іх месца ў міжнародных рэйтынгах, найбольш аўтарытэтным з якіх з'яўляецца Індэкс чалавечага развіцця ААН. Беларусь у ім у 2019 годзе заняла 50 пазіцыю, што вышэй, чым у Балгарыі ці Румыніі, якія сталі на 52 пазіцыю. Краіны ж, дзе каляровыя рэвалюцыі адбыліся, далёка адстаюць ад Беларусі. Грузія знаходзіцца на 70 пазіцыі, Арменія - на 81, Украіна - на 88, Кыргызстан - на 122 [слайд 45].

Такім чынам, вынікі дэмакратызацыі, ажыццёўленых Захадам у іншых дзяржавах, не даюць падставаў для аптымістычных прагнозаў. Замест маладых, квітнеючых і эканамічна шчасных дэмакратый свет назірае парад квазідемократый са «свабодай», але без «эканомікі».

На сённяшні дзень «каляровыя тэхналогіі» значна мадыфікуюцца, у тым ліку за кошт інфармацыйнай, лічбавы і сацыяльнай складніку.

Прыкладам з сучаснага замежнага вопыту можа служыць **Ганконскі пратэст**, які з'яўляецца самым высокатэхналагічным за апошнія гады [слайд 46]. **Эфектыўным інструментам**

маштабавання пратэстаў з'яўлялася лічбавай асяродзі, якая стала асноўным прасторай для прасоўвання палітычнай пазвы. Праз телеграм-каналы (карыстаюцца 1,7 мільёна чалавек - 23% жыхароў горада) паходзіў і мабілізацыя ўдзельнікаў і кіраванне вулічнымі акцыямі. Новыя камунікацыйныя тэхналогіі дазволілі замяніць традыцыйныя СМІ і стаць агрэгатарам навін і палітычных патрабаванняў.

Менавіта соцмедыа сталі накіроўвалых інструментам эмацыйнай хвалі пратэстаў у Ганконгу. Пры гэтым, у параўнанні з ганконгскай «Рэвалюцыяй парасонаў» 2014 г.,

соцмедиа-інструменты змяніліся: замест соцсетей Twitter і Facebook на першы план выйшлі месенджеры (праграма для імгненнага абмену паведамленнямі праз Інтэрнэт). Іх перавага складаецца ў **выкарыстанні шыфравання, значна ўскладняе ідэнтыфікацыю карыстальнікаў**.

У цэлым у Ганконгу рэалізаваны **ўнікальны алгарытм лічбавага суправаджэння масавых акцый**, які можна ўмоўна падзяліць на пяць этапаў [слайд 47].

На **першым этапе** ідэі пратэстаў абмяркоўваліся ананімнымі блогерамі на інтэрнэт-форуме LNKG, які налічвае 120 тыс. Удзельнікаў і дазваляе фільтраваць замежнікаў і жыхароў мацерыковага Кітая за кошт спецыяльнага рэжыму рэгістрацыі. Гэта забяспечвала пэўную абарону ад пранікнення на электронную пляцоўку фэйкавых акаўнтаў кітайскіх спецслужбаў.

На **другім этапе** «пасеяныя» на форуме ідэі падхапляліся з дапамогай апазіцыйных телеграм-каналаў, якія ўладкоўваюць масавую рассылку заклікаў з выкарыстаннем фатаграфій, карыкатур і іншых дызайнерскіх метадаў. У якасці спецыяльнага «шыфра» пратэстоўцы пры зносінах выкарыстоўвалі вобразы Віні Пуха і Пятачка, сімвалізуюць кіраўніка Кітая Сі Цзіньпіна і кіраўніка адміністрацыі Ганконга Кэры Лам.

На **трэцім этапе** выкарыстоўваліся інструменты, якія валодаюць большай надзейнасцю і ўстойлівасцю па адносінах да магчымага блакаванні сеткі Інтэрнэт. Найбольшае ўжыванне для каардынацыі пратэстнай актыўнасці мелі мабільныя прыкладанні FireChat і AirDrop, якія працуюць па **прынцыпе «ячэйстай сеткі» і што функцыянуюць нават у выпадку адключэння мабільнай сувязі, Інтэрнэту ці Wi - Fi**.

На **чацвёртым этапе** пасля заканчэння крокаў па фарміраванні ахопу і інфраструктуры кіравання

ажыццяўляўся пераход да прамога мадэравання пратэсту і размеркаванні роляў яго ўдзельнікаў. Для гэтага ўжывалася спецыяльнае мабільнае дадатак (HKmap.live), якое дазваляе **адсочваць канцэнтрацыю сіл правапарадку**, карэктаваць маршруты і месцы акцый.

На *пятым этапе* для апэратыўнай фіксацыі падзей з адначасовым уцягваннем у працэс як мага большай колькасці **назіральнікаў актыўна выкарыстоўваўся стрым** (онлайн-трансляцыя) у Інтэрнэце, які дазваляе дамагчыся эфекту прысутнасці і трансляваць фота- і відэаінфармацыю ў масы да моманту прыняцця ўладамі мер па блакаванні кантэнту.

У якасці новай, паспяхова апрабаванай тэхналогіі выкарыстоўваўся так званы **лічбавай эканамічны байкот**, у рамках якога пратэстоўцы ў адпаведнасці з інструкцыямі арганізатараў перакладалі свае назвапашвання і дэпазіты ў криптовалюты. У выніку кошты на Bitcoin на мясцовым рынку на 3-5% перавысілі яго сярэднесутветным кошт.

Пратэсты ў Ганконгу сталі прыкладам **комплекснага выкарыстання тэхналогій, а таксама распрацоўкі спецыяльных алгарытмаў, што прымяняюцца ў многіх краінах**.

Пандэмія коронавіруса толькі ненадоўга перапыніла «эпідэмію» шматтысячных палітычных пратэстаў, якія ахапілі толькі у 2019 годзе, акрамя Ганконга, больш за паўтара дзясятка краін, у тым ліку Францыя ю, Іспанія ю, Чылі, Ліван, Венесуэла ў, Ірак, Эквадор, Алжыр, Судан, Балівія ю. Па меры ослабевання скоўваць эфекту COVID-19 пратэстная хваля вяртаецца з новай сілай, распаўсюджваючыся, падобна вірусу, і на іншыя краіны, у тым ліку ЗША.

Амерыканскі прыклад :

У ЗША мірныя пратэсты 2020 году супраць паліцэйскага самавольства апынуліся толькі падставай для

распальвання антыпрэзыдэнцкіх настрояў. Многія пратэстоўцы ператварыліся банальных марадзёраў і махляроў. Ратуючыся ад іх, частка магазінаў Apple у розных гарадах ЗША зачыніліся або адгарадзілася высокімі сценамі. Для легітымацыі пагромшчыкаў бенефіцыяры амерыканскіх пратэстаў паспрабавалі змікшыраваць негатыўную асацыятыўную прывязку іх дзеянняў, якія сталі называць не марадзёрствам, а такім навамодным тэрмінам як лутынг, якія разумеюць барацьбу за справядлівасць.

[Слайд 48]

4 . ТЭХНАЛОГІІ дэстабілізацыі грамадска-палітычнай ПРАЦЭСАЎ: БЕЛАРУСКІ кейсаў

Аб'ектыўны аналіз электаральных і паслявыбарных падзеяў у Рэспубліцы Беларусь у 2020 годзе дэманструе, з аднаго боку, запазычанне тэхналогій з вядомага пераліку шарповскіх шаблонаў, але з другога - выразную беларускую спецыфіку, якая выходзіць за рамкі класічных і апрабаваных падыходаў да рэалізацыі «каляровых сцэнарыяў» у шэрагу дзяржаў .

Для разумення сутнасці і механікі дэстабілізацыйных працэсаў у Рэспубліке Беларусь мэтазгодна правесці іх **пакрокавы разбор** , вылучыўшы шэраг умоўных **этапаў** .

Нулявы (падрыхтоўчы) этап.

Няўдалыя спробы «каляровых рэвалюцый» 2006 і 2010 гадоў у сукупнасці з негатыўна успрынятым беларусамі "ўкраінскім майданом» 2013-2014 гадоў прывялі да змены падыходаў замежных стратэгаў на беларускім напрамку . Ажыццёўлены пераход ад тэхналогій «прамога

дзеяння» да метадаў «мяккай сілы» : стварэнне незалежных грамадскіх платформаў, рэалізацыя ўмоўна непалітычных праектаў, навучальныя мерапрыемствы, стварэнне сеткі альтэрнатыўных (пры гэтым не радыкальных) медыярэсурсаў .

[слайд 49] Актыўная фаза нарошчвання арганізацыйнай і медыйнай інфраструктуры пратэсту пачалася з 2017 года. Трыгерам паслужылі акцыі супраць Дэкрэта № 3, распакаваць далейшыя працэсы пашырэння сацыяльнай базы, геаграфіі і новых камунікацыйных каналаў беларускага пратэсту , у прыватнасці, сетка ютубе-каналаў [слайд 50] і Telegram -каналаў [слайд 51] . Паралельна фармаваліся кропкавыя агмені зацяжнага супрацьстаяння па лініі «ўлада - грамадскія групы», яркім прыкладам якога стаў рэгулярны пратэст супраць будаўніцтваў а акумулятарнага завода «АйПауэр» у СЭЗ «Брэст» [слайд 52] .

[слайд 53] **Першы (апробацыйны) этап .** парламенцкая кампанія

Да старту парламенцкай выбарчай кампаніі неабходныя прылады дэстабілізацыі былі сфармаваны і патрабавалі кропкавай апрабачыі напярэдадні асноўнай кампаніі - прэзідэнцкай . Такі « абкаткай » сталі :

у аб-першае , выбудоўванне сеткавага прынцыпу працы спецыялізаваных Telegram -каналаў з выяўленым размеркаваннем роляў [слайд 54] ;

па-другое , адпрацоўка механізмаў вываду аўдыторыі ў афлайн. Прыкладам служыць спроба ў перадвыбарчы перыяд вываду на плошчу падпісчыкаў найбольш папулярнага беларускага Telegram-канала NEXTA [слайд 55] ;

па-трэцяе , апрабачыя новых форм актыўнасці ў афлайне . Пілотным праектам выступіў сфармаваны на перыяд парламенцкай кампаніі «Маладзёжны блок», які

выкарыстоўваў шырокі інструментарый лічбавай самаарганізацыі (сучасны інтэрнэт-сайт, Telegram -канал, групы ў сацсетях), пашырэння сацыяльнай базы за кошт эксплуатацыі «непалітычнай» позвы (тэматыка «адтэрміновак», «размеркаванне», «легалайз», «328» і г.д.), ўкаранення крэатыўных формаў вулічнай дэмакратыі. Пасля парламенцкіх выбараў праект быў фактычна згорнуты як адыгравшый сваю ролю.

Уажной асаблівасцю парламенцкай выбарчай кампаніі стала мультиплицирующая ролю новых каналаў і медыя, якія дазволілі, нягледзячы на непрафесіяналізм і нізкую прававую пісьменнасць большасці ўдзельнікаў ад апазіцыі (назіральнікаў, кандыдатаў, давераных асоб і інш.) Трансляваць у інфармацыйную прастору дыскрэдытуюць ўладу мэсэджы.

У ланцужку «радыкальныя актывісты → камунікацыйныя каналы → грамадскую думку» [слайд 56] менавіта другі элемент адыграў вызначальную ролю пры фарміраванні альтэрнатыўнага сэнсавага поля. Але за кошт відавочнай слабасці першага элемента дадзены эфект не стаў ўсёабдымным.

[слайд 57] **Другі (наладкавы) этап.** Міжвыбарны перыяд.

У перыяд ўяўнага зацішша пасля завяршэння парламенцкай выбарчай кампаніі апанентамі ўлады праводзілася глыбінная праца над памылкамі, якая складалася перш за ўсё ў напампоўцы патэнцыялу лідэраў, асабліва з ліку новых асоб, якімі сталі:

па-першае, блогер С.Тихановский, актывізаваць ваяжы па рэгіёнах, эксплуатауючы імідж «змагара за правы народа» (перахоп позвы ў Кіраўніка дзяржавы)

па-другое - старшыня праўлення ААТ «Белгазпрамбанк» В.Бабарыка, істотна нарасцілі пазнавальнасць за кошт публікацый у СМІ на грамадска-палітычную тэматыку, а таксама які сфарміраваў сетку

падкантрольных віртуальных пляцовак (краудфандінгавыя платформы, сацыяльныя сеткі і інш.) .

Характэрна, што ні адзін, ні другі да «часу Ч» ні разу не заявілі прама пра прэзідэнцкія амбіцыі. Пры гэтым адцягваючым увагу манеўрам стала працэдура «праймэрыз» па выбарах "адзінага кандыдата" ад так званай тытульнай апазіцыі.

Паралельна ў незалежных СМІ і Telegram -каналаў ішла кампанія па дыскрэдытацыі ўлады з акцэнтам на «недастатковасць» мер па барацьбе з COVID - 19 [слайд 58] . Апагеем стала інфармацыйная барацьба з ініцыятывай па правядзенню ў Мінску Парада ў гонар 75-годдзя Вялікай Перамогі.

Такім чынам , у грамадстве культываваўся запыт на новых асоб, якія б не ўяўлялі ні ўлада, ні традыцыйную апазыцыю.

[слайд 59] **Трэці (стартавы) этап.** Абфіцыйнае пачатак кампаніі

Сенсацыйнае для многіх вылучэнне В.Цапкала істотна ажывіла першапачаткова прадказальны ую расстаноўку перадвыбарных сіл, справакаваўшы ўсплёск цікавасці да кампаніі з боку абывацеляў .

Новым эмацыйным трыгерам, адсунуўшыся на другі план экс-дырэктара ПВТ, стала фарміраванне ініцыятыўнай групы В.Бабарыка, якому ўдалося , выкарыстоўваючы найноўшыя онлайн-тэхналогіі (сацыяльныя платформы, Uber і інш.) , У рэкордна кароткія тэрміны сабраць больш за 9 тыс. Зборшчыкаў подпісаў [слайд 60] .

Серыю «нечаканых ходоў» завяршыла з'яўленне ў ліку ўдзельнікаў гонкі пары Ціханоўскі .

Па выніках рэгістрацыі ініцыятыўных груп Прэзідэнту супрацьстаяла шырокая палітра альтэрнатыўных лідэраў, што стварала ілюзію множнасці выбару (не толькі вядомыя апазіцыянеры, але і новыя «менеджэры», экс-чыноўнікі, « бізнесмены», « народныя трыбуны » і да т.п.).

[слайд 61] **Чацвёрты (тэхналагічны) этап.** Збор подпісаў.

На дадзеным этапе выбаршчык ь стаў аб'ектам магутнага адначасовага ўздзеяння рознага роду паліттэхналягічнай рашэнняў, запазычаных з розных «рэвалюцыйных кейсаў» (ганконскі, украінскую, прыбалтыйскі, армянскі, арабскі і інш.). Тактыка паліттэхналягічнай мікса праявілася ў наступных прыкладах:

выбудоўванне чэргаў, у тым ліку за кошт карусельныя прынцыпу (падпісаўся - і зноў «у хвост») - аналогія з прыбалтыйскімі ланцюгамі салідарнасці;

перформансы па дыскрэдытацыі ладу Кіраўніка дзяржавы («Стоп-таракан» і інш.) - аналогія з ганконгскімі тэхналогіямі крыўднага параўнання Старшыні КНР з «Віні-пухам»;

гастролі па рэгіёнах (паездкі С.Тихановскаго у падтрымку вылучэння жонкі) са зборам шматтысячных дэманстрацый - аналогія з «крочыў» па Арменіі Н.Пашиняном;

ўсплёск «рэвалюцыйнага творчасці» (гімны і «песні свабоды», графіці, сімволіка і інш.) - аналогія з механікай прыходу да ўлады польскай «Салідарнасці» [слайд 62] ;

трансфармацыя Фейк ў мемы (слаўтыя 3 адсотка, «мільёны» на рахунках сям'і Прэзідэнта і да т.п.) - аналогія з «іракскай прабёркай»;

На дадзеным этапе апаненты ўлады выкарыстоўвалі наступныя **тактычныя перавагі** :

традыцыйная «фора» з боку ўлады, па сутнасці ня якая праводзіла паўнаўтасную публічную выбарчую кампанію ;

шырокія магчымасці інфармацыйнай працы з мэтавай аўдыторыяй (праз Інтэрнэт-СМІ, сацыяльныя сеткі, Telegram -каналаў і да т.п.), што дазваляла фактычна праводзіць завуаляваную датэрміновую агітацыю;

выкарыстанне тактыкі «параду пікетаў», якая дазваляе ў адным месцы адразу некалькім прэтэндэнтам атрымаць подпісу выбаршчыка.

[слайд 63] **Пяты (шоў-палітычны) этап** . Перыяд рэгістрацыі кандыдатаў і перадвыбарчай агітацыі.

На дадзеным этапе паліттехналягічнай вінегрэт дапоўніўся метадамі і прыёмамі шоў-палітыкі, якая выказалася ў:

стварэнні «аб'яднанага штаба», прыняў цэла ў яркі і запамінальны вобраз «жаночага трыо» з адпаведнымі пазітыўнымі кантатацыі («воіны Светы», «Любім, можам, пераможам» і да т.п.);

«Парадна м Шэсце і » удзельніц тройкі па гарадах краіны [слайд 64] са стварэннем святочнай эйфорыйной атрыбутыкі (песні, ліхтарыкі, радасныя эмоцыі, крычалкі-загаворы і да т.п.);

масіраваным інфармацыйна-псіхалагічным уздзеянні на выбаршчыка пры дапамозе СМІ і месенджераў ў мэтах фарміравання прадузятасці аб «непазбежным падзенні» электаральнай падтрымкі Кіраўніка дзяржавы.

Паказальнай з'явілася «вайна сацыёлагаў», якая стала інструментам маніпуляцыі грамадскай думкай і «якоренія» у свядомасці насельніцтва заведама правальных для ўлады вынікаў выбараў. Навочнымі прыкладамі «фэйкавую сацыялогію» (акрамя мема аб 3 працэнтах) сталі:

20 чэрвеня 2020 года расійская кампанія «Tazeros Global Systems» нібыта на аснове аналізу 6,93 мільён беларускіх ір-адрасоў апублікавала рэйтынгі лаяльнасці кандыдатаў, згодна з якімі ў А.Лукашэнкі аказалася 6,6%, В.Бабарыка - 53%.

3 чэрвеня 2020 года Telegram-канал «Трыкатаж» са спасылкай на крыніцы ў Адміністрацыі Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь штотыдзень публікуе «рэйтынгі» кандыдатаў. Апошні пост на гэтую тэму апублікаваны 21

ліпеня, рэйтынг кіраўнікі дзяржаў а пазначаны на ўзроўні 29%.

22 ліпеня Telegram-канал «Дылетант» са спасылкай на «NEXTA» размясціў «вынікі тэлефоннага апытання Gallup», згодна з якім у А.Лукашэнкі 8,4%, у С.Тихановскай - 65,4%.

У перыяд галасавання інструментамі абвяржэння вынікаў выбараў і дадзеных экзіт-полаў з боку аб'яднанага штаба павінна была стаць «лічбавая» сацыялогія ў выглядзе інтэрнэт-платформы «Голас» (анансаваныя магчымасці рэалізацыі «справядлівага» лічбавага галасавання з дапамогай выкарыстання ботаў ў месенджар Viber і Telegram і фатаграфій запоўненага бюлетэна з двух бакоў), стваральнікі якой заявілі аб прымяненні новых сацыялагічных метадык фіксацыі вынікаў галасавання.

[слайд 65] **Шосты этап (бліц-крыг)**. Падвядзенне вынікаў выбараў. Па катаванні Майдан сцэнара .

Адразу пасля выбараў апанентамі зроблена спроба рэалізаваць ўкраінскі сцэнар. Задума складаўся ў аднамомантавым выводзінах на вуліцы беларускіх гарадоў дзясяткаў-сотняў тысяч пратэстуючых з наступным захопам адміністрацыйных будынкаў і культавых месцаў (для Мінска - раён Стэлы «Мінск - горад - герой» з далейшым захопам Палаца Незалежнасці) [слайд 66].

Трыгерам пратэстаў у дзень выбараў сталі апублікаваныя папярэднія вынікі галасавання, успрынятыя часткай соцыўма як «нерэальныя». Падаўленне з ценарыя з выкарыстаннем шырокага арсенала сродкаў праваахоўных органаў і часткова асобных падраздзяленняў Узброеных Сіл стварыла «пабочны эфект» эскалацыі супрацьстаяння з абодвух бакоў, уцягнутых у канфлікт новых удзельнікаў.

Пад уплывам разгорнутай інфармацыйнай кампаніі пратэст супраць вынікаў выбараў фактычна перарадзіўся ў пратэст супраць гвалту. Да яго далучыліся прадстаўнікі творчай інтэлігенцыі, медыкі і настаўнікі,

навукоўцы. Пачалася хваля дэмаршаў асобных дзяржаўных служачых, супрацоўнікаў міліцыі, работнікаў дзяржаўных СМІ і іншых бюджэтных арганізацый.

[слайд 67] **Сёмы (пратэстны) этап.** Поствыбарная турбулентнасць.

Рэакцыяй на жорсткія дзеянні сілавікоў стала нечаканая, раздзіралая шаблон, змена тактыкі дзеянняў пратэстующых з гвалтоўных на паказальна мірныя дзеянні - тэхналогія «растапіць лёд». Шмат у чым тут рэалізаваны элементы армянскага сцэнара («мірныя шматлікія дэманстрацыі, братання, кветкі, белыя адзенні і да т.п.). Зроблена спроба маштабавання пратэсту на падставе «сакральных ахвяраў» (амерыканскі сцэнар).

Другая палова поствыбарнай тыдня і наступныя выхадныя дні азнаменаваў і сь небывалай масавасцю, маштабнасцю і разноформатных адбыліся акцыяй пратэсту. Мноства каналаў іх інспіраванне (выкарыстанне месенджераў, лічбавых платформаў, інфармацыйнай сеткі каналаў) надало пратэстным ініцыятывам ілюзію «абязлічанай энергіі», не якая залежыць ад волі лідэраў. Тут прасочваецца аналогія з Ганконскі кейсам. Паказальным прыкладам стала адпрацоўка тэхналогій адначасовага збору ў пазначаных месцах, спантаннай змены маршрутаў руху калон, сінхронных дзеянняў пратэстующых для пропуску спецтранспарту (машын хуткай дапамогі і г.д.). Паралельна стала фарміравацца страйкавы рух, у якое паслядоўна ўключаліся працоўныя калектывы прадпрыемстваў.

Насуперак чаканням, што пры выхадзе на вуліцы 100-тысячны натоўпаў «ўлада абрынецца» пералічаных дзеянняў, аднак, не прывялі да чаканым апазіцыяй хуткім вынікаў. Беспаспяховасць пратэстаў прыводзіць да расчаравання удзельнікаў.

[слайд 68] **Восьмы (пазіцыйны) этап.** Інстытуалізацыя і падрыў знутры.

З моманту пройгрышу на выбарах апаненты ўлады пачалі актыўнае фарміраванні альтэрнатыўных структур (Каардынацыйны савет) з прэтэнзіяй на легітымнасць. Тварам пратэсту стала убывшая ў Вільню С.Тихановская, пазіцыянуе сябе ў якасці «абранага прэзідэнта Беларусі» (спроба разыграць венесуэльскі кейс) [слайд].

На сённяшні дзень палітычнае супрацьстаянне атрымала зацяжны характар. Протестующие, якія атрымалі маральную падтрымку Захаду, не прызнаюць вынікі выбарчай кампаніі, патрабуюць адстаўкі А.Лукашэнка, вызвалення «палітвязняў», правядзення новых выбараў. Пры гэтым асноўны аператыўнай задачай апаніруючай лагера на бліжэйшы перыяд выступае падрыў маналітнасці вертыкалі ўлады, сілавога блока, сістэмы дзяржСМІ. Ключавым элементам становіцца тактыка высмейвання і дэсакралізацыя ўлады (актыўна выкарыстоўвалася ў Украіне і Ганконгу), якая фармуе аснову для масавага непадпарадкавання.

[Слайд 69]

ЗАКЛЮЧЭННЕ

Такім чынам, у Беларусі маюць месца прыкметы ня класічнай, а гібрыднай каляровай рэвалюцыі, якая спалучае ў сабе элементы буржуазных, пралетарскіх, каляровых і сеткавых формаў пратэсту.

Адносна буржуазнага элемента, неабходна адзначыць, што мела месца паступовае нарастанне класавай сэгрэгацыі і супярэчнасцяў - атрыбутаў класічнай буржуазнай рэвалюцыі (захапленне долі сярэдняга класа за кошт дробных і сярэдніх прадпрымальнікаў і айцішнікаў ў, з больш высокай сацыяльнай мабільнасцю і свабодных ад дыскурсу патэрналізму).

Пралетарскі элемент заключаўся ў тым, што актыўнага пратэстным ядру атрымалася па датычнай ўцягнуць рабочы клас. У прыватнасці, працоўныя флагманаў беларускай эканомікі: Мінскі трактарны, Мінскі аўтамабільны, Мінскі маторны, «Беларуськалій», «Белшына», «Гродна Азот» і іншыя сталі на хвалі палітычных патрабаванняў ладзіць забастоўкі. Дадзеная карціна асацыіруецца не з гарадскім адукаваным сярэднім класам, сядяці м, як вядома, на Печенька ад Сораса і Макфол, а, хутчэй, з сітуацыяй, калі на сцэну раптам ўзышоў Карл Маркс з «Капіталам» у руках.

Элементы каляровай рэвалюцыі, звязаныя з знешняй кіравальнасцю і стварэннем штучнай палітычнай электрызацыі, рэалізаваліся з дапамогай такіх інструментаў, як вертыкальна кіраваня Telegram-каналаў (такія як NEXTA live, БДМ, Мая кра і на Беларусь); фінансавую «інтэрвенцыю» Еўракамісіі ў памеры 53 мільёны еўра; падрыхтаваныя і кіраваныя баявыя групы, такія як околофутбольных клуб МТЗ-РПА, ўльтранацыяналісты, якія атрымалі вопыт баявых дзеянняў у працэсах украінскага Майдана і іншыя).

Элементы дэцэнтралізаванай сеткавай самаарганізацыі «знізу» прадаваліся пры дапамозе рэгіянальных Telegram-каналаў, фондаў дапамогі пратэстантам такіх як Ву_help, BYSOL, платформаў «ІМЁНЫ», арганізацый, якія аказваюць паслугі бясплатнай медыцынскай дапамогі і г.д.).

Такім чынам, у адрозненне ад ранейшых спробаў рэ рэалізацыяй «каляровых сцэнарыяў», якія ў сілу сваёй шаблоннасці блакаваліся адносна лёгка, «беларускі кейс» 2020 года ўяўляе сабой сплаў з найбольш эфектыўных тэхналогій дэстабілізацыі, якія атрымалі апрабачку ў розных краінах. Відавочная стаўка на маштаб і працягласць пратэстаў, изматыванне рэсурсаў сістэмы рэагавання. У гэтых умовах дзяржаве важна выпрацаваць комплексныя падыходы, якія дазваляюць задзейнічаць

увесь інструментар працы з грамадствам, уключаючы камунікатыўныя і інфармацыйныя метады, выбудоўванне новай грамадска-палітычнай інфраструктуры, якая дазваляе накіроўваць энергію сацыяльных груп у пазітыўнае рэчышча.

Матэрыял падрыхтаваны Беларускамі інстытутам
стратэгічных даследаванняў [слайд 70]