

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРАВОВЫХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ СИСТЕМ

С. С. Станчик

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА ХОД «ЦВЕТНЫХ РЕВОЛЮЦИЙ»

Аннотация. «Цветные» перевороты на постсоветском пространстве удалось во многом благодаря тому, что революционно настроенная оппозиция использовала масс-медиа для манипулирования общественным сознанием. Цель данной работы, показать какие средства и методы используют СМИ, чтобы формировать мнение и поведение граждан. Так называемые «ненасильственные» перевороты, произошедшие в республиках бывшего СССР, во многом схожи с «бархатными» переворотами 1989 года. В частности, именно пресса и телевидение способствовали падению коммунистического строя в некоторых странах Восточной Европы. Тогда средства массовой информации, с одной стороны, активно создавали видимость поддержки революции западными странами, а с другой, «демонизировали» социалистический строй и находящихся у власти политических лидеров. Организаторы «цветных» переворотов переняли опыт своих «бархатных коллег». Одной из главных задач СМИ было создание виртуального образа мощного протестного движения, уже практически одержавшего победу. Кроме того, масс-медиа использовали «черный пиар» для подрыва имиджа правительства. Также в «цветных» важную роль сыграл Интернет. На оппозиционных сайтах размещалась информация и новости. Таким образом, можно сделать вывод, что средства массовой информации являлись одним из ключевых инструментов способствовавших переворотам в Грузии, Украине и Киргизии.

Ключевые слова: политология, цветная, оранжевая, ненасильственная, бархатная, революция, переворот, сми, снг, манипуляция.

Так называемые «цветные революции», имевшие место в ряде европейских и азиатских стран в первом десятилетии XXI века, являются новой формой политической борьбы за власть и во многом напоминают «бархатные революции», произошедшие на рубеже 80-90-х годов XX века в странах социалистического содружества.

«Цветные» революции, произошедшие в странах СНГ, схожи, но не тождественны, с «бархатными» революциями произошедших в Восточной Европе. «Бархатная» революция достаточно сложный комплекс политических, дипломатических, экономических и культурных мероприятий направленных на ненасильственное свержение существующего строя через выявленные слабые места в структуре государства. Именно в «бархатных революциях» можно разглядеть признаки будущих «цветных революций».¹

При свершении «цветных» революций смены общественного строя не происходит, а вертикальное движение элит носит ограниченный характер, поскольку власть переходит от одного элитарного клана к другому. Но во всех остальных аспектах «цветные» и «бархатные» революции весьма схожи. Они так же стремятся к смене власти в государстве ненасильственным путем, точно так же, как и в «бархатных», в «цветных» революциях оппозиция, для манипуляции общественным мнением, использует в своих целях СМИ. И точно так же, как и в «бархатных» революциях, огромную роль играет возмущенная толпа.

Анализ развития внутривнутриполитических кризисов по сценарию «цветных революций» позволяет выявить определенные закономерности в выстраивании элементов их осуществления. События, произошедшие в Восточной Европе, и на постсоветском пространстве, показывают идентичную, по сути, последовательность процессов, а также набор механизмов, с помощью которых реализуется политический переворот.

¹ Почепцов Г.Г. Гражданское самбо: как противостоять «цветным» революциям. – М.: Издательство «Европа», 2005. С. 3.

Важнейшим инструментом в данных процессах становятся средства массовой информации, как государственных, так и неправительственных организаций, благодаря своим значительным возможностям воздействуя на широкие слои населения и организаторским функциям.²

В 30-е годы XX века, итальянский коммунист Антонио Грамши, написал огромный труд «Тюремные тетради». После изучения опыта всех великих революций прошлого, а также русской революции и национал-социалистической революции в Германии, Грамши создал новую теорию бескровных революций.³

Ключевой раздел труда Грамши – учение о «культурном ядре» общества. Культурное ядро – это совокупность достижений общества в науке, искусстве, в организации государственной и общественной жизни, в обычаях и нравах, накопленных за определенный период времени. Это комплекс представлений о мире и человеке, о добре и зле, прекрасном и отвратительном, традиций и предрассудков. Пока это ядро стабильно – существующей власти ничто не угрожает. Подрыв этого культурного ядра – условие возникновения революции.⁴

Для подрыва гегемонии власти надо воздействовать не на теории противника и не на главные идеологические устои власти, а на обыденное сознание, на повседневные мысли среднего человека. Это множество книг, брошюр, журнальных и газетных статей, телепередач, спектаклей и кинофильмов, основная задача которых – внести коренное изменение в сознание каждого человека. В современном обществе огромную роль играет - Интернет. Смена культурного ядра невозможна без контроля над средствами массовой информации – газетами, журналами, радио и Интернетом⁵.

Во время революционной ситуации, у оппозиционных сил возникает необходимость в быстрых целенаправленных действиях, которые заставят большие массы людей перейти от пассивного созерцания ситуации к активным действиям, причем нередко силовым. В этом случае именно СМИ превращаются в инструмент революции.

СМИ – могущественный инструмент формирования культуры и инструмент воздействия в желаемом для

революционеров духе. Для современных стратегов и разработчиков «бархатных» или «цветных» революций основным является то, что в конце XX – начале XXI века средства массовой информации имеют огромное влияние на умы и чувства людей, создают собственные не подчиненные государству структуры власти. Сегодня СМИ – это четвертая власть, в своем влиянии на общество давно выходящее за рамки бизнеса и политики.

Современные СМИ занимаются как информацией, так и дезинформацией, критикуют власть и ее оппозицию, внедряют новые ценности и морали, подчас искажая реальность. По мнению С. Кара-Мурзы, СМИ «удобны с точки зрения способа вовлечения людей в ее деятельность. Человек может потреблять продукцию СМИ в одиночку, сидя дома, находясь в транспорте, и даже во время своей работы».⁶

Общеизвестно что, телевидение, радио, газеты и журналы буквально приковывают к себе внимание подавляющего большинства населения, снабжая людей в большом количестве практически любой нужной им информацией, сплетнями, развлечениями, сенсациями. Они обладают для этого неограниченными возможностями, самой совершенной технологией и отработанными приемами.

В 1989-1991 годах в Восточной Европе прошли так называемые «бархатные» революции. Важной силой в «бархатных» революциях являлись средства массовой информации, которые разжигали антисоветизм и одновременно создавали иллюзию поддержки революции со стороны мировых держав.⁷

К примеру, в 1989 году, солидную лепту в нагнетании страстей, во время бархатной революции в ГДР, вносили средства массовой информации как зарубежные (в том числе и ФРГ), так и национальные. Развернутая ими компания против прежнего строя, против СЕПГ (Социалистическая единая партия Германии) велась в самом агрессивном духе, часто с явными и прямыми искажениями фактов. Некоторые публикации носили провокационный, подстрекательский характер. В прессе часто писалось про объединение двух Германий, про «воссоединение с западными братьями», о том, что необходимо разрушить, разделяющую Восточный и Западный Берлин, стену. Результатом этих статей стали многотысячные митинги, которые проходили по всему ГДР под лозунгом «Мы – один народ».⁸

² Кара-Мурза С. Г. Экспорт революции. Саакашвили, Ющенко... М.: Алгоритм. Народ против. 2005.

³ Грамши А. Тюремные тетради. М.: Издательство политической литературы, 1991.

⁴ Грамши А. Искусство и политика - М., 1993; Кара-Мурза С. Г. Экспорт революции. Саакашвили, Ющенко... М.: Алгоритм. Народ против. 2005. С. 27-35.

⁵ Кара-Мурза С. Г. Экспорт революции. Саакашвили, Ющенко... М.: Алгоритм. Народ против. 2005. С. 27-34.

⁶ Кара-Мурза С. Г. Экспорт революции. Саакашвили, Ющенко... М.: Алгоритм. Народ против. 2005. С. 317-323.

⁷ Глазунов О.Н. Государственный переворот. Стратегия и технологии. – М.: ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2006. С. 151-164.

⁸ Кара-Мурза С. Г. Экспорт революции. Саакашвили, Ющенко... М.: Алгоритм. Народ против. 2005; Цаф В., Хабих

Средства массовой информации имеют огромное влияние на своих читателей, телезрителей или радиослушателей. В обращении к своей аудитории, СМИ используют множество приемов и средств манипуляции сознанием. Едва ли не главным чувством, которое чаще всего эксплуатируется в манипуляциях сознанием, является страх. Пресса и телевидение в своих действиях руководствуется общеизвестным фактом: общество, подверженное влиянию неадекватного страха, утрачивает общий разум. Поскольку страх - это фундаментальный фактор, определяющий поведение человека, он всегда используется СМИ как инструмент массового управления. Причем СМИ нагнетает не реальный страх, реагирующий на конкретную опасность, а страх иллюзорный, который создается и существует только в воображении людей.⁹

В 1989 году в Румынии произошла «бархатная» революция. Это событие являлось единственным примером нарушения принципа ненасильственности в революциях произошедших в странах Восточной Европы. В Бухаресте с 21 декабря начались массовые демонстрации против «жестокостей Чаушеску», отовсюду слышались крики «Долой тирана!», «Долой коммунизм!». В это время СМИ, которые уже контролировались новой властью, осуществляли настоящую «психологическую диверсию». Непрерывно поступали информация о том, что «террористы» атакуют тот или иной объект, что отравлена вода в столичном водопроводе, что взорван атомный реактор в Питешти. Сообщалось о снайперах засевших на крышах и балконах, которые убивали всех, кто попадал в прицел. По телевидению и радио утверждалось, что правительство готовится расстреливать демонстрантов с вертолетов. Все это было рассчитано на то, чтобы посеять хаос и панику среди местных жителей. В итоге антиправительственный митинг перерос вначале в столкновения с милицией, а после и по всей стране начались кровопролитные бои повстанцев с армией и сотрудниками «Секуритате».¹⁰

Во многих «бархатных» и «цветных» революциях СМИ особое значение придает «проблеме жертвы», которая целенаправленно конструируется как один из способов манипуляции общественным мнением, искажая истинные положения дел. При помощи жертвы создается образ врага, который либо непосредственно

повинен в покушении на жертву, либо имеет к этому покушению косвенное отношение.¹¹

В 1989 году в Праге чехословацкие студенты несколько недель митинговали и скандировали антиправительственные лозунги. Западное телевидение транслировало кадры митинга, где в ответ на редкую вялую выходку демонстранта не менее вяло, замахивался (но не бил) дубинкой полицейский – то есть власти проявляли свойственную чехам выдержку и культуру. СМИ «нужна была кровь», но ее не было. Но вскоре стали распространяться слухи об убийстве одного из студентов. «Жертвой» стал некий студент Шмид, который якобы был убит полицией при разгоне демонстрации. Телевидение всего мира показывало «тело студента» скончавшегося от полицейских побоев. В прессе публиковались красочные описания избиения студента. Как позже выяснилось, это ключевое событие стало детонатором «бархатной революции» и оказалось спектаклем, устроенным оппозицией.¹²

Прием создания «жертвы» используется средствами массовой информации не только в отношении определенной группы людей или находящегося у власти правительства, но также применяется по отношению к целой нации или государству. Если некая нация будет непрерывно и долго фигурировать в описании каких-либо страшных событий, в сочетании с отрицательными комментариями, то у читателей или телезрителей со временем может возникнуть неприязнь к данной нации. После того, как образ врага создан, любые насильственные действия, по отношению к данной нации, будь-то война или революция, не только легальны, но и легитимны. И можно уже не опасаться критики возмущенной мировой общественности.

После развала Югославии (СФРЮ) только Сербия стояла на пути включения Балкан в экономическую модель, запланированную для них Западом. Для подчинения Сербии был использован широкий арсенал экономических, военных и манипулятивных средств, таких как жестокие санкции, поддержка вооруженных сепаратистов, интенсивная бомбардировка вооруженными силами НАТО с последующей оккупацией Косово. Окончательный удар по Сербии был нанесен с помощью методов «бархатной революции». Но предварительно нужна была подготовка к слову Сербии. Для этого средствами массовой информации была использована новаторская программа, целе-

Р., Делей Я. Германия: трансформация через объединение. СОЦИС, 2002, №5. С.162-168.

⁹ Глазунов О.Н. Государственный переворот. Стратегия и технологии. – М.: ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2006. С. 414-428.

¹⁰ Багиров А. За что убили Николае Чаушеску. Дуэль, 1996, №3. Вахрамеев А. В., Шмелёв Б. А. Что происходит в странах Центральной и Юго-восточной Европы? М.: Знание, 1991.

¹¹ Глазунов О.Н. Государственный переворот. Стратегия и технологии. – М.: ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2006. С. 190-191.

¹² Колесников В.А. Трансформация политической системы Чехословакии (вторая половина 80-х - начало 90-х годов): Автореф. дисс... канд. полит. наук. Воронеж, 1996.; Кара-Мурза С. Г. Экспорт революции. Саакашвили, Ющенко... М.: Алгоритм. Народ против. 2005. С. 178-182.

направленно воздействовавшая на массовое сознание, как в самой Югославии, так и во всем мире.

Это программа вошла в историю как «демонизация сербов». Важную роль для убеждения западной публики в жестокости сербов сыграли сфабрикованные британскими журналистами фотографии «сербского лагеря» в Трнополи.

На одной из фотографий видно как изможденный мусульманин протягивает корреспондентам руки через колючую проволоку. Но как позже выяснилось на снимках, был изображен не «лагерь смерти», а пункт сбора беженцев, расположенный в здании школы. А забор из колючей проволоки просто отделял школьный двор от шоссе и был установлен еще до войны, чтобы дети не выбегали на дорогу. Журналисты специально снимали людей через проволоку, чтобы потом можно было представить их как узников мусульман.

Такие сфабрикованные фотографии и статьи о «лагерях смерти» были растиражированы западными СМИ. В результате, когда началась «бархатная революция», симпатия мировой общественности была на стороне оппозиции, поскольку благодаря СМИ это была уже не просто кровавая революция, поддерживаемая Западом, а благородное свержение диктаторского режима.¹³

Очень часто жертвами «черного пиара» со стороны средств массовой информации, становятся непосредственно главы государств. При этом, не имея серьезного информационного ресурса, средства массовой информации порой пользуются неприемлемыми методами и приемами. СМИ фабрикуют и фальсифицируют факты, распространяют ложные сообщения и просто высмеивают первых лиц государства, тем самым, дискредитируя их в глазах общественности.

Так, снижению авторитета Аскара Акаева среди населения Киргизии, способствовало распространение СМИ негативной информации, о нем и членах его семьи. В частности большим ударом по имиджу президента Киргизии стала публикация издевательского памфлета «Дом, который построил Акаев». В статье рассказывалось о строящемся в южной черте столицы фешенебельном доме специально для семьи Акаева. Как позже выяснилось, дворец возводился для официальных государственных приемов. Но свое дело эта статья сделала. Уже на следующий день перед парламентом собралась митингующая толпа с требованиями объявить импичмент Акаеву и распустить правительство.¹⁴

¹³ Там же. С.191-205.

¹⁴ Павловский Г.О. Киргизский переворот. Март – апрель 2005: Сборник / Сост. : М., 2005. С. 16; Акаева Б. Цветы зла. О так называемой «тюльпановой революции» в Кыргызстане. М., 2006.

В период подготовки к «цветным» переворотам оппозиция использует СМИ для планомерного проведения пропагандистских и других психологических операций с целью оказания влияния на мнения, чувства и поведение граждан страны, чтобы заставить их действовать в нужном направлении. Благодаря передачам оппозиционных СМИ население информируется о деятельности новых политических организаций. Особое внимание отводится телевидению, поскольку оно является более эффективным оружием, чем печать или радио и, по мнению специалистов, обладает уникальной способностью «стирать» различия между правдой и ложью. Даже явная ложь, представленная через телеэкран, не вызывает у телезрителя никаких сомнений и нередко воспринимается как правда.¹⁵

Михаил Саакашвили пришел к власти в результате «цветной» революции, в которой едва ли не главную роль сыграла телекомпания «Рустави-2». За несколько дней до государственного переворота на телеканале «Рустави-2» транслировался полуторачасовой документальный фильм о свержении режима Слободана Милошевича. Рассказывалось о действиях югославской оппозиции, показывались яркие выступления, митинги, марши протеста, флаги – сжатый кулак на белом фоне, люди, скандирующие «Доста е» (Хватит, довольно). В этом же эфире выступали ведущие аналитики страны и лидеры оппозиции, которые обсуждали фильм и сравнивали югославские события с грузинскими. На следующий день на площади Руставели, где продолжался митинг противников Шеварнадзе, появились такие же флаги – сжатый кулак на оранжевом фоне, а площадь скандировала «Кмара» (Хватит, довольно). Именно фильм, показанный на «Рустави-2», продемонстрировал Грузии, как надо бороться с властью. Характерно, что именно этому каналу принадлежит название «революция роз».¹⁶

Стоит отметить, что число задействованных информационных телеканалов не играет решающей роли. Во время «оранжевой революции» на Украине телевидение, за исключением «5 канала» оставалось в руках властей. Но именно этот канал работал во всех кафе, ресторанах, аэропортах – везде, где были телевизоры доступные публике.¹⁷

¹⁵ Почепцов Г.Г. Гражданское самбо: как противостоять «цветным» революциям. –М.: Издательство «Европа», 2005. С. 23-28.

¹⁶ Крылов А. Режим Саакашвили: диктатура вместо демократии // Оранжевые сети: от Белграда до Бишкека / отв. Ред. Н.А. Нарочницкая. СПб., 2008; Глазунов О.Н. Государственный переворот. Стратегия и технологии. – М.: ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2006. С. 174-176.

¹⁷ Почепцов Г.Г. Гражданское самбо: как противостоять «цветным» революциям. –М.: Издательство «Европа», 2005. С. 23-28.

Опыт Украины показал, что исход политической борьбы в сфере СМИ определяется не количественным соотношением объема вещания, а его качеством и умением захватить аудиторию. Важным фактором в успехе «оранжевой революции» стало более эффективное, чем у сторонников Януковича, использование современных возможностей СМИ и Интернета.¹⁸

В ходе проведения революции СМИ способны превратить обычных граждан в, пусть и незнакомых, и несобранных в одном месте, единомышленников. Здесь существует своя технология - новости расставляются в нужном оппозиции порядке. В этом случае, по мнению специалистов, человеку вроде бы подают «просто новости», но на самом деле в отборе материала и способах подачи заложены модели восприятия и оценки этих новостей.¹⁹ У людей, сидящих перед экраном телевизора, складывается ощущение, что все происходит на их глазах. Они вовлечены в разворачивающееся на экране действие, но на самом деле это не они увлеклись, а их увлекли.

Во время «оранжевой революции» на Украине массовое сознание, для привлечения внимания к происходящим в стране политическим процессам, было возбуждено «сенсацией» - отравление Ющенко. Сенсация - это сообщение о событиях, которым придается столь высокое значение, что на них концентрируется и нужное время удерживается почти все внимание публики. Под прикрытием сенсации пресса и телевидение могут или умолчать о важных событиях, которых публика не должна заметить, или прекратить скандал так, чтобы о нем не вспомнили.

Манипулятивный характер раскрученной в СМИ сенсации виден уже из того, что у технологов даже нет необходимости вырабатывать и предлагать правдоподобные версии. Так в украинских СМИ была запущена версия «отравления диоксином». Но состояние здоровья Ющенко никак не укладывалось в хорошо изученную картину такого отравления. Тем не менее, было добыто «свидетельство венских врачей», согласно которому Ющенко все же был отравлен диоксином. Пресса была заполнена гремучей смесью ключевых слов и фраз: «яды», «КГБ», «отравление борца за свободу и демократию», «Ющенко при смерти». Когда отпала необходи-

мость, вся эта «сенсация» была тихо свернута, и о ней практически больше никто вспоминал.²⁰

В «цветных» революциях одной из главных задач СМИ является создание виртуального образа мощного протестного движения, уже практически одержавшего победу. Массовость на экране не всегда соответствует ей в действительности. Телевизионная картинка может создать впечатление массовости протеста лучше, чем собственно протестная акция. Марши протеста, репортажи с которых из разных точек Грузии выходили в эфир телеканала «Рустави – 2», должны были показать, что весь народ поддерживает революцию, и назад пути нет.

Благодаря СМИ толпа приобретает статус не просто большинства, но и самого НАРОДА. Таким образом, действует эффект «спирали молчания». По это теории человек с меньшей вероятностью выскажет свое мнение на ту или иную тему, если чувствует, что находится в меньшинстве. СМИ умело манипулируют молчаливым большинством (например, положительно настроенным по отношению к власти), создавая для него условия, когда оно будет молчать, ощущая себя меньшинством.²¹

О роли Интернета как важной части информационного ресурса современных революций следует сказать отдельно. Хотя он работает с ограниченной частью населения, во многих случаях это именно та часть, которая и представляет интерес для специалистов по революционным технологиям. Благодаря своей оперативности освещать события сетевым сообществам удалось внести существенный вклад в дело «цветных революций».

К примеру, на Украине Интернет позволил планировать акции протеста в режиме онлайн. Посетители различных сайтов и форумов договаривались о совместных действиях. В ходе «оранжевой революции» на основе информации из Интернета был организован самиздат, материалы которого распространялись на майдане и по регионам.

На оппозиционных сайтах размещались листовки, новости, а люди, у которых имелся доступ к Интернету, распечатывали эту информацию и раздавали листовки на улице. Новые формы коммуникации, а Интернет одна из них, дают небывалые возможности для построения политических кампаний.²²

¹⁸ Кара-Мурза С. Г. Экспорт революции. Саакашвили, Ющенко... М.: Алгоритм. Народ против. 2005. 321-323; Малинкович В. О причинах «оранжевой революции» на Украине // «Оранжевая революция»: лозунги и реальность: Сборник / сост. М.Б. Погребинский. М., 2005.

¹⁹ Глазунов О.Н. Государственный переворот. Стратегия и технологии. – М.: ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2006. С. 420.

²⁰ Кара-Мурза С. Г. Экспорт революции. Саакашвили, Ющенко... М.: Алгоритм. Народ против. 2005. С. 94-95; Филин С. Украина усомнилась в «отравлении» Ющенко. <http://km.ru:8080/magazin>. 2008 г.

²¹ Почепцов Г.Г. Гражданское самбо: как противостоять «цветным» революциям. –М.: Издательство «Европа», 2005. С. 19-24; Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания: Пер. с нем. - М., 1996.

²² Кара-Мурза С. Г. Экспорт революции. Саакашвили, Ющенко... М.: Алгоритм. Народ против. 2005. С. 322-323.

Надо сказать, что руководители «цветных революций» часто действуют в пространстве общества как режиссеры спектаклей, в которых простых граждан превращают в толпу зрителей.

СМИ контролируют весь ход революции, пропускают всю имеющуюся информацию через свои фильтры, выделяя отдельные элементы из общей массы событий и придавая им особый вес, или же наоборот делают их менее значимыми.

В Восточной Европе, организаторы «бархатных революций» успешно использовали СМИ для разжигания антисоветизма и создания иллюзии поддержки революций со стороны западных держав. Их опыт переняли современные «революционеры» организующие «цветных переворотов» на постсоветском пространстве.

В Грузии, Украине и Киргизии СМИ стали тем инструментом, при помощи которого формировалось мнение общественности. Пресса, радио и телевидение создавали видимость, что оппозиция сильна, а ее «правое дело» поддерживает все население страны. В тоже время СМИ дискредитировали правящую элиту, превращая ее в корень всего зла в стране, тем самым оправдывая, по сути, незаконные действия организаторов «цветных революций». Одной из особенностей так называемых «ненасильственных революций» в странах бывшего СССР, стало активное использование революционерами Интернета. В «цветных революциях» многие сетевые сообщества и отдельные блогеры стали не просто участниками, а активистами переворотов помогающих оппозиционерам.

Библиография

1. Акаева Б. Цветы зла. О так называемой «тюльпановой революции» в Кыргызстане. М., 2006.
2. Амелькин А. Революция, смута, переворот: (Из наблюдений над понятиями) // Нестор. – Воронеж, 1993. – Вып.2.
3. Вахрамеев А. В., Шмелёв Б. А. Что происходит в странах Центральной и Юго-восточной Европы? М.: Знание, 1991.
4. Глазунов О.Н. Государственный переворот. Стратегия и технологии. – М.: ОЛМА-ПИРЕСС Образование, 2006.
5. Кара-Мурза С. Г. Экспорт революции. Саакашвили, Ющенко... М.: Алгоритм. Народ против. 2005.
6. Колесников В.А. Трансформация политической системы Чехословакии (вторая половина 80-х - начало 90-х годов): Автореф. дисс... канд. полит, наук. Воронеж, 1996.
7. Малинкович В. О причинах «оранжевой революции» на Украине // «Оранжевая революция»: лозунги и реальность: Сборник / сост. М.Б. Погребинский. М., 2005.
8. Павловский Г.О. Киргизский переворот. Март – апрель 2005: Сборник / Сост. : М., 2005.
9. Почепцов Г. Гражданское самбо: как противостоять «цветным» революциям. – М.: Издательство «Европа», 2005.
10. Почепцов Г. Революция.сом. Основы протестной инженерии. – М.: «Европа», 2005.
11. Хантингтон С. Политический порядок в меняющихся обществах. – М.: Прогресс-Традиция, 2004.
12. Шарков Ю. Разные одинаковые «Цветные революции» // Международная жизнь. – 2008. – №5.

References (transliteration)

1. Akaeva B. Tsvety zla. O tak nazyvaemoy «tyul'panovoy revolyutsii» v Kyrgyzstane. M., 2006.
2. Amel'kin A. Revolyutsiya, smuta, perevorot: (Iz nablyudeniy nad ponyatiyami) // Nestor. – Voronezh, 1993. – Vyp.2.
3. Vakhrameev A. V., Shmelev B. A. Chto proiskhodit v stranakh Tsentral'noy i Yugo-vostochnoy Evropy? M.: Znanie, 1991.
4. Glazunov O.N. Gosudarstvennyy perevorot. Strategiya i tekhnologii. – M.: OLMA-PRESS Obrazovanie, 2006.
5. Kara-Murza S. G. Eksport revolyutsii. Saakashvili, Yushchenko... M.: Algoritm. Narod protiv. 2005.
6. Kolesnikov V.A. Transformatsiya politicheskoy sistemy Chekhoslovakii (vtoraya polovina 80-kh - nachalo 90-kh godov): Avtoref. diss... kand. polit, nauk. Voronezh, 1996.
7. Malinkovich V. O prichinakh «oranzhevoy revolyutsii» na Ukraine // «Oranzhevaya revolyutsiya»: lozungi i real'nost': Sbornik / sost. M.B. Pogrebinskiy. M., 2005.
8. Pavlovskiy G.O. Kirgizskiy perevorot. Mart – aprel' 2005: Sbornik / Sost.: M., 2005.
9. Pocheptsov G. Grazhdanskoe sambo: kak protivostoyat' «tsvetnym» revolyutsiyam. – M.: Izdatel'stvo «Evropa», 2005.
10. Pocheptsov G. Revolyutsiya.som. Osnovy protestnoy inzhenerii. – M.: «Evropa», 2005.
11. Khantington S. Politicheskii poryadok v menyayushchikhsya obshchestvakh. – M.: Progress-Traditsiya, 2004.
12. Sharkov Yu. Raznye odinakovye «Tsvetnye revolyutsii» // Mezhdunarodnaya zhizn'. – 2008. – №5.