

Le modèle de la révolution de couleur: le cœur du mécanisme

Tweet (<https://twitter.com/share>)

Préambule

La Révolution de couleur- et le phénomène des printemps arabes – mérite une attention particulière, car c'est l'une des principales tactiques utilisées dans la géopolitique et la géostratégie qui repose aussi sur un modèle syncrétique ou interdisciplinaire. Cela implique la psychologie de masse, le marketing et la publicité, la sociologie, l'idéologie et d'autres domaines. Cet article doit être compris comme un schéma avec des annotations explicatives et la dissection de mécanismes particuliers. Nous recommandons vivement de le lire parallèlement à plusieurs articles précédents (<http://versouvaton.blogspot.ch/search?q=Andrew+Korybko>) qui explorent l'histoire, les figures impliquées dans le développement de la théorie et l'application au monde réel dans les deux textes qui vont suivre.



(<http://arretsurinfo.ch/wp-content/uploads/2017/05/revolution-couleur.png>)

Objectif

Les révolutions de couleur sont l'un des plus récents modèles de déstabilisation des États. Elles permettent aux acteurs externes

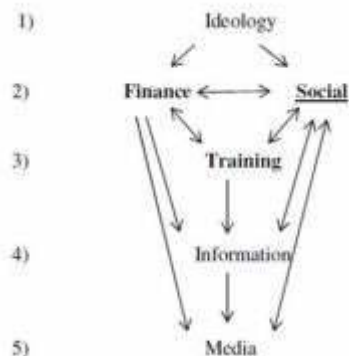
d'avancer un déni plausible lorsqu'ils sont accusés d'interférer illégalement dans les affaires intérieures d'un État souverain et leur mobilisation massive du « pouvoir populaire » les rend très efficaces aux yeux des médias mondialistes. En outre, l'agglomération d'un grand nombre de civils protestant contre le gouvernement augmente également la pression exercée sur ce gouvernement et limite ses choix pour faire face efficacement à la déstabilisation en cours. Toutes les révolutions de couleur suivent de près le même modèle, et la compréhension de la nature de cette tactique appliquée de déstabilisation permettra aux États d'élaborer des contre-mesures appropriées contre elle.

Modèle

Les révolutions de couleur sont formées par une interaction complexe de nombreux facteurs, qui peuvent être répartis en plusieurs catégories d'infrastructure primaires :

- Idéologie
- Finance
- Social
- Entraînement
- Information
- Médias

Ces facteurs interagissent les uns avec les autres d'une manière spécifique dans une hiérarchie à cinq niveaux :



(<http://arretsurinfo.ch/wp-content/uploads/2017/05/image.jpg>)

L'interaction des facteurs ci-dessus crée un mouvement (m) qui se combine avec deux autres variables afin de produire une révolution de couleur :

- Un Événement (e)

- Une infrastructure physique (p)

La formule résultante pour une révolution de couleur (R) est la suivante:

$$m + e + p = R$$

Les chapitres suivants vont définir précisément toutes ces variables et expliquer leur interaction.

Description des variables

Cette section détaille les facteurs contributifs spécifiques qui définissent chacune des variables.

L'idéologie

L'idéologie est l'axe central de tout changement dans le monde, et c'est l'idée directrice qui motive tous les autres facteurs affectant une Révolution de couleur. Sans idéologie, tout ce qui suit est vide et dépourvu de sens et de but. L'idéologie traditionnelle qui motive toutes les révolutions de couleur est la démocratie libérale, et elle cherche à « libérer » les États ciblés de leurs gouvernements perçus comme des démocrates anti-libéraux (non occidentaux).

La démocratie libérale, dans sa manifestation post-moderne actuelle, est expansionniste et agressive. Elle ne se contente pas de systèmes idéologiques et de valeurs alternatives. Elle doit se propager dans la poursuite de la domination mondiale. En plus de la guerre directe contre les sociétés qui résistent à son avancement (Serbie, Libye), les États libéraux démocrates (l'Occident) ont appris à rechercher d'autres méthodes pour vaincre les États ciblés. Ces méthodes sont moins directes que la guerre pure, mais n'en sont pas moins efficaces. La pénétration idéologique d'une société s'intensifie finalement dans une explosion physique à l'intérieur de l'État lui-même, guidée par un segment des propres citoyens de l'État. L'État (et la société dans son ensemble) doit combattre une partie d'elle même qui « se dresse » contre le statu quo, entraînant un conflit d'intérêts et une guerre civile sociale. Selon le niveau de provocation lancé par les manifestants pro-libéraux démocrates, ainsi qu'en cas de mauvaise gestion de l'État face à cette révolte sociale, la guerre civile sociale peut éventuellement devenir violente et ressembler brièvement à une véritable guerre civile. C'est particulièrement le cas si les manifestants ont été armés par des forces en dehors du pays et s'ils décident d'attaquer les services de sécurité chargés de disperser les manifestations physiques de la révolution de couleur.

L'idéologie est donc l'initiatrice de toutes les révolutions de couleur. Elle propose une forme de développement opposé à celle en place, et motive des groupes de sympathisants dans la population à lancer des manifestations concrètes pour exiger des changements. On verra plus tard que la grande majorité de ces manifestants actifs ne savent même pas que leurs activités sont orchestrées par un pouvoir supérieur (ONG, gouvernement étranger). Au contraire, la plupart d'entre eux, à la suite d'une campagne d'information lourde visant à promouvoir l'idéologie

déstabilisante, ont vraiment été amenés à croire que leurs actions sont spontanées et « naturelles » et qu'elles représentent le « progrès » inévitable que tous les pays du monde seront tenus de vivre tôt ou tard. L'idéologie de l'individu au-dessus du collectif (l'aspect social de la démocratie libérale) permet à chaque manifestant de constater qu'il a une influence unique et significative dans la réalisation de ce changement.

La finance

Toute idéologie doit disposer d'une infrastructure financière afin de faciliter sa pénétration dans une société. L'argent lubrifie la société et fournit des moyens supplémentaires pour répandre l'influence. À moins qu'il n'y ait un niveau élevé de soutien préexistant pour l'idéologie pénétrant dans le pays ciblé, le capital initial viendra probablement de l'étranger (l'État hôte encourageant l'idéologie). Ce fut le cas avec la première vague de Révolutions de couleur et de Printemps arabes. Les bailleurs de fonds étrangers ont fourni le capital nécessaire pour que les mouvements naissants grandissent rapidement à leurs débuts. Cependant si l'influence idéologique extérieure construit ses propres infrastructures sociales sans recourir à des moyens financiers, la variable sociale sera sévèrement limitée dans sa portée et son efficacité si elle ne dispose pas d'une base financière solide soutenant ses activités promotionnelles et sa formation.

Les finances seront l'épine dorsale de toute la Révolution de couleur. Elles transforment les idées du Mouvement social en actions tangibles (infrastructure physique), et fournit un « nid » pour l'éducation idéologique. Ces nids sont diverses institutions et organisations pro-démocratiques et autour des droits de l'homme (tels que définis par l'Occident). Le plus souvent, on peut les considérer comme des ONG, même si elles ont un lien direct avec un gouvernement étranger ou des éléments de l'opposition politique institutionnelle. De telles institutions et centres ont besoin d'argent pour fonctionner, ce qui crée l'importance cruciale d'une infrastructure financière en place.

L'infrastructure financière doit continuellement pomper de l'argent pour alimenter ses efforts, car toute interruption (aussi brève soit-elle) affectera directement l'efficacité de ses opérations sur le terrain et sur Internet. Les subventions des institutions établies et des gouvernements étrangers peuvent fournir le capital de démarrage initial pour créer une institution / organisation pénétrante au sein de l'État ciblé, mais par la suite, une formation appropriée enseignera aux activistes comment collecter des fonds par eux-mêmes. La collecte de fonds vise à fournir un certain niveau d'autosuffisance financière qui atteint trois objectifs :

Limiter l'impact négatif que toute interruption du financement étranger créerait

Créer un réseau financier domestique qui peut échapper au regard attentif du gouvernement sur les transferts internationaux d'argent et la contrebande illégale d'espèces entre les frontières

Créer une institution / organisation encore mieux implantée dans la société domestique grâce à des activités de sensibilisation

La finance permet à la Révolution de couleur de s'établir fermement dans la société, ainsi que de diffuser ses idées dans la durée. Plus il y a de finances, plus grand est le nombre d'institutions / d'organisations et de personnes qu'elles emploient. Combinée à l'infrastructure sociale,

elle est directement soutenue par l'idéologie.

Le social

Ce type d'infrastructure traite des personnes réelles impliquées dans la Révolution de couleur et il est défini par des institutions / organisations. C'est le moteur direct de l'engagement de la révolution. Avant l'« Évènement », il peut être divisé en trois niveaux:

Le cœur (avant-garde)

Les cohortes (travailleurs)

Les civils (sympathisants)

L'« Évènement » permet à ces trois niveaux de fusionner en une unité singulière, donnant ainsi à la Révolution de couleur l'impression d'être une initiative unifiée venant du terrain. On prétend que l'infrastructure sociale est très hiérarchique et qu'une petite cabale d'individus d'avant-garde contrôle l'ensemble du mouvement. Ce fait est généralement invisible non seulement pour un observateur extérieur, mais aussi parmi les sympathisants civils, mais il est extrêmement important de le reconnaître et de le comprendre pour comprendre l'organisation de l'infrastructure sociale.

Le Cœur

Ces individus sont l'avant-garde de la Révolution de couleur. Ce sont les gens qui contrôlent les institutions / organisations se préparant à apporter les changements libéraux-démocrates. Ils sont hautement qualifiés et conservent un contact direct avec le client externe (idéologique et / ou financier). Le noyau constitue une petite quantité de militants qui se consacrent à la cause, en ce sens qu'ils sont totalement opposés au statu quo existant et cherchent activement à le perturber. Ils peuvent être définis comme des « extrémistes idéologiques ». Ils sont les personnes les plus puissantes du Mouvement au sein du pays ciblé et, lorsque la décision est prise de lancer la Révolution de couleur, ils peuvent porter des discours motivants le public en faveur de leur cause ou continuer à jouer leur rôle dans l'ombre dans l'organisation du Mouvement. La capture ou la compromission d'un individu de base réduit sévèrement l'efficacité organisationnelle de la révolution de couleur.

LES Cohortes

Ces personnes comprennent les travailleurs qui se situent au-dessous du noyau. Ils exercent des tâches administratives ou de recrutement employées par l'institution / organisation. Les cohortes sont le « visage » de l'organisation avec lequel la plupart des civils entreront au contact. Ils réalisent également la plupart des travaux pour l'institution / organisation, ce qui en fait l'épine dorsale laborieuse. Les cohortes sont dévouées à la cause, mais elles doivent encore prouver leur fidélité absolue pour intégrer l'élite, **le cœur**. Toutes les cohortes aspirent à entrer dans le noyau, d'où leur activisme forcené et leurs démonstrations publiques en faveur de leur idéologie. Si un membre de la cohorte ne fait pas partie intégrante du mouvement en tant que membre cœur, il est facilement jetable et remplaçable par l'organisation si nécessaire (c'est-

à-dire qu'ils sont lancés dans des actions publicitaires provocatrices et, par la suite, arrêtés). Un grand nombre de ces membres des cohortes devient une force puissante et précieuse pour l'institution / organisation, un membre seul de cette cohorte n'est qu'un pion.

LES Civils

Les civils sont les citoyens ordinaires avec lesquels les cohortes sont en contact. Ils entrent dans l'infrastructure sociale uniquement lorsqu'ils deviennent des sympathisants de la cause. Les civils peuvent ou pas entrer dans l'infrastructure physique (c'est-à-dire participer à des marches de solidarité avec la Révolution de couleur), mais lorsqu'ils le font, ils offrent un précieux avantage en terme de soft power. Les images médiatiques de milliers de civils participant à un rassemblement de la Révolution de couleur peuvent influencer d'autres civils à participer à de telles activités. Comme pour les cohortes, un seul civil est un pion, mais en nombre, cela devient une « arme ».

En termes d'influence, le motif donne :

Cœur > Cohortes > Civils

En termes de nombres, le motif est inversé :

Civils > Cohortes > Cœur

À mesure que l'infrastructure sociale se construit et ajoute de nouveaux membres, elle augmentera également les fonds disponibles pour l'institution / l'organisation dans le cadre des activités de collecte de fonds des cohortes.

L'entraînement

La formation est indispensable à toute révolution de couleur, car elle forme la troisième partie du triangle inviolable (expliqué plus loin). Ce niveau d'infrastructure améliore les capacités de ses homologues financiers, sociaux et de l'information :

Finance : Les cohortes apprennent des techniques de collecte de fonds.

Social : Les cohortes apprennent à mener à bien des activités de sensibilisation pour augmenter leurs rangs et rassembler davantage de sympathisants civils.

Information : Les cohortes apprennent à créer de meilleurs sites Web, à fabriquer du matériel promotionnel plus efficace et à exploiter les médias sociaux.

La formation peut avoir lieu dans le pays ou à l'extérieur. Le cœur peut être formé à l'extérieur, alors que les cohortes seront probablement formées à l'intérieur du pays par le cœur. Il est important pour l'institution / organisation de fournir une dénégation plausible en termes de participation étrangère sinon les opérations domestiques seraient discréditées. Cela rend plus probable que l'élite puisse faire des voyages, tandis que les nombreuses cohortes resteront dans le pays pour leur formation.

La formation peut être dispensée en personne ou être virtuelle. Dans le cas où il est dangereux ou suspect pour les membres du cœur de quitter le pays pour cette formation, elle se déroulera via Internet. Cependant, la formation la plus efficace se fait en personne, et les « tutoriels » en ligne ne remplacent pas l'interaction en face-à-face entre le cœur et leurs sponsors. Il se peut que les commanditaires envoient un représentant dans le pays cible pour mener une formation dans de telles conditions, bien qu'un tel déplacement soit risqué pour le promoteur. S'il est pris en flagrant délit, le promoteur et l'institution / organisation perdront leur crédibilité auprès du public local, ce qui réduira bon nombre de leurs gains antérieurs.

Une institution / organisation sans formation effective est incomplète, handicapée et incapable d'atteindre son plein potentiel.

L'information

Ce niveau d'infrastructure traite de la diffusion idéologique et il est extrêmement important d'aider au recrutement d'infrastructures sociales (cohortes et civils). Il a deux éléments principaux :

- Les médias sociaux
- Le matériel de propagande

Ces éléments sont expliqués ci-dessous.

Les Médias sociaux

Les médias sociaux sont exploités pour diffuser l'idéologie et créer un réseau social qui, à son tour, se transformera en cohortes de sympathisants civils. La diffusion efficace des médias sociaux par l'institution / organisation renforcera la Révolution de couleur, sans limites. Les civils utiliseront les médias sociaux pour rester en contact avec les nouvelles et les développements du Mouvement, et cela constituera un défi pour les médias officiels qui soutiennent l'establishment gouvernemental. De cette façon, les compétences accumulées avec succès en matière de médias sociaux ont pour but final de créer un autre point d'information.

Les Matériaux de propagande

Les matériaux de propagande sont essentiels à la propagation de la cause du Mouvement et à grandir son apparence. Les graffiti, les tracts éparpillés dans les rues et affichés sur les bâtiments, les slogans accrocheurs, les logos et les couleurs peuvent propager le Mouvement sans interruption dans la psyché publique. Cela rappelle même aux civils qui ne sont pas sympathisants du Mouvement que les fondements d'une future Révolution de couleur existent et sont présents dans leur société. En fait, ces civils pensent alors qu'un tel mouvement est inévitable et qu'il reçoit un soutien plus important qu'il ne le devrait vraiment, ce qui les oblige à adopter une mentalité de « prendre le train en marche » pour s'accrocher à ce qu'ils pensent être le « côté gagnant ». La propagande simplifie également le message du Mouvement, propose une approche globale pour chaque classe sociale (de préférence) et crée des images et des concepts faciles à digérer pour les publics étrangers et

locaux.

L'infrastructure d'information est également responsable de ce qui suit :

- Création de logiciels et de stratégies pour planifier les manifestations à venir
- Relier l'institution / organisation avec d'autres personnes similaires dans le pays ou à l'étranger
- Choisir les symboles / chansons nationaux les plus symboliques, les monuments historiquement significatifs, les squares, les parcs à associer au Mouvement

Ainsi, ce type d'infrastructure relie le Mouvement au monde extérieur et améliore l'efficacité de son message.

Les médias

Ce niveau d'infrastructure est le point culminant de l'ensemble de l'infrastructure du Mouvement. Les médias peuvent être soit nouveaux (blogs, sites d'actualités alternatifs), soit traditionnels (TV, journaux). Les infrastructures financières, sociales, de formation et d'information se réunissent pour créer ce cinquième et dernier niveau, et ce niveau mène à une diffusion de masse dans toute la société. Il légitime l'idéologie du Mouvement, augmente sa réputation et solidifie la perception d'une forte présence dans la société. Plus important encore, il a aussi un objectif primordial qui est d'atteindre le public à l'étranger. Cela crée une légitimité internationale (occidentale) et déclenche des déclarations de personnalités politiques de premier plan, tant dans le pays qu'à l'étranger. Les politiciens domestiques qui soutiennent le Mouvement auront alors le soutien explicite de leurs sponsors étrangers, contribuant ainsi à propulser leur carrière politique si la Révolution de couleur réussit.

Les deux plateformes médiatiques (nouvelles et traditionnelles) servent à recruter davantage de civils qui ont peut-être hésité à se joindre au Mouvement, le considérant d'abord comme marginal ou peu susceptible de réussir. Les nouveaux médias peuvent même faire pression sur les médias traditionnels pour commenter les développements concernant le Mouvement, surtout si les médias traditionnels sont réticents à le faire pour des raisons politiques. Il se peut même qu'une fracture se développe entre les médias nouveaux et traditionnels, avec les nouveaux médias du côté du Mouvement et les médias traditionnels du côté de l'establishment. Les blogueurs et les « nouveaux journalistes » sont à l'avant-garde de ces nouveaux médias, et leurs articles contribuent à élargir l'influence de ces nouveaux média pro-Mouvement.

Si les médias traditionnels se mettent à communiquer sur le Mouvement (soit à la suite de la pression des nouveaux médias, soit par des points de contact compatibles avec le Mouvement), cela rend les civils inconscients perméables à la guerre civile sociale qui se déroule devant eux et cela peut provoquer une contre-déclaration gouvernementale via une réponse médiatique. Le gouvernement, bien sûr, ne sera pas en faveur d'un Mouvement visant à le renverser, de sorte qu'il sera contraint de proclamer publiquement son opposition. Cela permet au Mouvement d'encadrer les événements de manière à ce que le gouvernement semble « réprimer » l'opposition politique. De telles accusations portent beaucoup de poids dans l'arène occidentale de l'opinion publique et peuvent nuire au soutien du gouvernement parmi les civils sur le terrain.

Le Triangle inavouable

C'est le terme utilisé pour décrire l'interaction entre les infrastructures financières, sociales et de formation. Chacune complète l'autre, et prises ensemble, elles forment le centre du pouvoir et de l'influence du Mouvement. Le triangle inavouable est l'interaction la plus importante qui se déroule dans le Mouvement. Plus les trois unités sont fortes, plus le Mouvement devient fort. À l'inverse, si un pilier du triangle inavouable est affaibli, le reste du Mouvement deviendra également faible. Cette faiblesse aura des conséquences sur les infrastructures de l'information et des médias (le génome du triangle inavouable), ce qui va compromettre l'opération entière de Révolution de couleur. Sans information et médias efficaces, le Mouvement va s'affaiblir et éventuellement s'effondrer.

L'infrastructure sociale est la partie la plus importante du triangle inavouable, car elle affecte directement les niveaux 2 à 5. Par conséquent, tous les développements négatifs du côté financier et de la formation (dont dépend le social) vont se répercuter sur l'ensemble du Mouvement. Bien que l'information affecte également le social, elle augmente seulement le recrutement. Un recrutement sans qualité est inefficace et les institutions / organisations sans financement ne fonctionnent pas.

Explication des facteurs d'interactions « m »

Niveau 1

- Idéologie vers Finance : justification pour l'ensemble du projet
- Idéologie vers Social : motivation pour les individus à se joindre au mouvement

Niveau 2

- Finance vers Social : finance plus d'institutions / organisations
- Social vers Finance : davantage de cohortes peuvent conduire à la participation de plus de militants à la collecte de fonds
- Finance vers Formation : paie plus de formation
- Social vers Formation : davantage de personnes à former permet d'organiser des formations plus régulièrement

Niveau 3

- Formation vers Finance : enseigne les activités de collecte de fonds aux cohortes
- Formation vers Social : augmente l'efficacité des activités de sensibilisation, améliore la qualité du personnel

Niveau 4

- Finance vers Information : paie de meilleures campagnes et ressources d'information

- Social vers Information : fournit plus de cohortes pour mener des campagnes d'information
- Formation vers Information : améliore l'efficacité des campagnes d'information
- Information vers Social : aide au recrutement de cohortes et de sympathisants civils

Niveau 5

- Finance vers Media : paie la couverture médiatique
- Social vers Media : les institutions / organisations fournissent un sujet concret et légitime pour les articles
- Information vers Media : les médias utilisent les informations créées par des institutions / organisations

L'Événement

Une révolution de couleur ne peut être officiellement lancée qu'après un « Événement ». Cet événement doit être controversé et polarisant (ou présenté comme tel), et doit libérer toute l'énergie accumulée du Mouvement. Le Mouvement se manifeste physiquement de la manière la plus publique possible, et toutes ses parties fonctionnent à leur capacité maximale possible. L'Événement est la « sortie du bois » pour le mouvement, et c'est le déclencheur de la Révolution de couleur.

Les Événements sont exploités de manière sélectifs, et le Mouvement peut ignorer un certain Événement s'il ne pense pas que l'infrastructure nécessaire pour réussir la Révolution de couleur est adéquate. Par conséquent, il attendra qu'un autre événement se produise, ou il peut être utile de fabriquer ou de provoquer un Événement. Le Mouvement capitalise sur un Événement seulement après avoir lancé une campagne d'information réussie. L'infrastructure des médias peut ou non être entièrement intégrée au moment où la décision est prise pour exploiter l'Événement, car ce niveau est étroitement lié à l'Événement lui-même. Il se peut que l'infrastructure des médias ne soit utilisée qu'après l'Événement lui-même, afin d'ouvrir la voie et préparer la psyché publique pour la Révolution de couleur. Tout dépend de la situation elle-même et de la décision du Mouvement et de ses sponsors.

Les exemples d'Événement sont les suivants :

- Une élection frauduleuse
- L'emprisonnement d'un chef de l'opposition
- La signature (ou l'omission de signer) d'une loi controversée
- Une répression du gouvernement contre l'opposition ou l'imposition de la loi martiale
- Déclarer ou être impliqué dans une guerre impopulaire

Ce qui précède ne sont que quelques exemples de ce qui peut constituer l'Événement. Il n'est pas important que ces Événements se

produisent effectivement ou non. Ce qui est essentiel, c'est la façon dont ils sont perçus, encadrés et racontés au grand public. Les allégations, et non la preuve, de ce qui précède sont ce qui est le plus important pour créer le catalyseur d'un Événement. Il faut toujours se rappeler que le Mouvement peut provoquer l'un de ces Événements (ou sa perception dans le public).

L'infrastructure physique

L'Événement et le déploiement de l'infrastructure physique vont de pair. Il existe deux parties de l'infrastructure physique :

Les personnes et leur engagement physique actif à l'appui de la Révolution de couleur

Les objets physiques, les lieux et leur emplacement / utilisation stratégique

Ces deux aspects sont expliqués plus en détail ci-dessous.

Infrastructure physique 1

La première partie est déployée lorsque le cœur donne l'ordre aux cohortes et aux sympathisants civils de se rendre dans les rues pour démontrer physiquement et publiquement leur soutien à la Révolution de couleur. Voici les exemples suivants:

- Activités d'« Occupation »
- Construire une foule
- Marches et protestations

Les exemples les plus avancés doivent être explorés plus complètement:

Activités d'« Occupation »

Le Mouvement doit « occuper » un lieu symbolique afin d'avoir un QG bien identifiable. Dans de nombreux cas, c'est la place centrale de la capitale dont l'occupation peut être contraire au droit municipal. Si elle est illégale, cela crée déjà un prétexte provocateur pour le gouvernement pour démanteler les espaces occupés et expulser les manifestants. Une telle action, si elle est enregistrée et diffusée (par le biais des médias nouveaux ou traditionnels), pourrait être transformée en propagande anti-gouvernementale et pourrait encore encourager le Mouvement. L'occupation est faite pour apparaître spontanée et même si une occupation spontanée préexistante ou une protestation (qui soutient les idées de la Révolution de couleur) est présente dans l'emplacement ciblé, le Mouvement l'exploitera en la faisant sienne et en utilisant cette occupation / protestation précédente pour mettre en évidence la spontanéité de l'opposition anti-gouvernementale.

Les villes de tentes et des podiums sont généralement déployés dans la zone occupée, et les manifestants s'installent pour un séjour prolongé. Il est important que la zone sélectionnée soit occupée 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, et qu'un petit groupe de membres du cœur

soit toujours présent sur le terrain pour diriger les activités. Si le gouvernement s'oppose à la zone occupée par les manifestants, l'arrestation des membres du cœur présents pourrait également déclencher une augmentation de la protestation et de la déstabilisation, surtout si les membres du cœur sont les gestionnaires officiels d'une institution / organisation « pro-démocratie ». Les membres du cœur et les cohortes se livrent également à une sensibilisation directe des participants, dont certains peuvent être simplement des personnes curieuses des événements se déroulant sur ce lieu symbolique. Cela permet au Mouvement d'étendre son infrastructure physique et sociale et d'agréger des sympathisants civils.

Le QG dans la zone occupée servira généralement de la nourriture et des boissons aux sympathisants civils. C'est fait dans un double objectif. Tout d'abord, il maintient une présence 24/7 dans l'emplacement, et deuxièmement, cela attire plus facilement le plus de sympathisants civils possibles. En montrant qu'il s'occupe des sympathisants civils, le mouvement augmente sa puissance et son attrait parmi la population. Le fait de donner de la nourriture et des boissons contribue également à créer une foule pour assister à l'occupation des lieux et à d'autres manifestations de protestation.

Construire une foule

Une Révolution de couleur n'est rien sans une grande foule de partisans. Par conséquent, les techniques pour construire une telle foule sont d'une importance primordiale pour la survie du Mouvement. Voici les deux principales méthodes utilisées :

Faire de la pub sur les médias nouveaux ou traditionnels
Appel à la génération plus jeune (soyez « fun »)

Le Mouvement annoncera les événements d'occupation afin de sensibiliser la population. Le cœur demandera à ses contacts dans l'infrastructure médiatique (dans les médias nouveaux et traditionnels) d'obtenir une exposition initiale, mais avec la construction de la foule et / ou des actions provocatrices, ils attireront une belle exposition par des communiqués de presse internes et internationaux supplémentaires. La création d'un système d'information alternatif (Infrastructure de l'information) contribue grandement à la publicité.

L'appel à la génération plus jeune est extrêmement important pour les Révolutions de couleur, car la présence de nombreux jeunes individus offre au Mouvement une apparence jeune et énergique contre un système stagnant et en décomposition (la plupart des dirigeants gouvernementaux ne sont pas des collégiens, loin s'en faut). Ce contexte générateur est très fort et efficace pour souligner la « fraîcheur » des idées de la Révolution de couleur contre les vues perçues à contrario comme périmées (et tout est fait pour) de l'establishment dominant. La génération plus jeune n'est généralement pas engagée dans une lutte économique à la vie ou à la mort, qui l'oblige absolument à aller travailler au cours de la journée. Ils ont leurs familles et d'autres partisans qui peuvent les soutenir, leur donnant ainsi le temps libre nécessaire pour interagir et soutenir eux-même constamment le Mouvement et ses manifestations physiques. Comme expliqué précédemment, la zone occupée doit maintenir une présence constante, et il est plus probable que les personnes plus jeunes, de type étudiant, restent avec le

Mouvement tout au long de la nuit que les retraités ou des parents d'âge moyen.

La jeune génération est attirée par le « plaisir » émanant de l'occupation par ces gens qui protestent sur un emplacement symbolique. L'expression « Fun » peut être mise en avant à l'aide de certaines des méthodes suivantes:

- Concerts
- Chants
- Apparition de célébrités
- Sports et autres jeux

Les exemples ci-dessus ne doivent même pas être explicitement politiques. L'important est d'attirer de plus en plus de jeunes. Qu'ils soient là pour des raisons politiques ou de divertissement, les médias vont les dépeindre en tant que partisans du Mouvement. La publicité de l'attrait jeune de l'occupation par ces méthodes, ainsi que l'affichage de la présence de manifestants jeunes via les médias nouveaux et traditionnels, attireront plus de personnes de ce groupe d'âge. Il est important de noter que la génération plus jeune n'a même pas à être de la capitale ou de la région ciblée par l'occupation et les protestations de masse. Au lieu de cela, ils peuvent (et sont généralement) embarqués de partout dans le pays pour assister aux manifestations.

Marches et protestations

Ces deux manifestations physiques sont coordonnées et destinées à montrer aux observateurs l'étendue du soutien de la Révolution de couleur. Ils servent également à dynamiser les sympathisants civils. Un certain niveau d'infrastructure organisationnelle doit déjà être en place avant le lancement de la Révolution de couleur afin de profiter efficacement des marches et des manifestations. Voici des exemples de ce qui doit être considéré et organisé avant les marches et les protestations :

- Les lieux de rencontre et les chemins (y compris leur symbolisme [aide pour encadrer les événements])
- L'heure et le(s) jour(s)
- Possibilité de blocus contre la police
- Drapeaux / banderoles / véhicules battant la musique nationaliste (Infrastructure physique 2)
- Là où les marches / manifestations culmineront (habituellement la zone occupée ou les bâtiments gouvernementaux)

Contrôler des marches et des protestations simultanées de grands groupes de personnes rend difficile l'action de la police pour faire face à la situation. À tout le moins, un ou deux des groupes de protestation atteindront l'endroit culminant même si la police tente de les arrêter. Les marches et les protestations font que le mouvement semble plus grand qu'il ne l'est réellement, et il attire également plus de partisans et de spectateurs. L'attention significative des médias est centrée sur de tels événements, et cela aide donc à lancer le message du Mouvement à

travers le pays et peut-être le monde. Le cœur, les cohortes et les sympathisants civils sont dynamisés, et ils ont l'impression qu'ils font partie de quelque chose de plus grand qu'eux-mêmes. Poussés par une activité marketing toute la journée, de tels événements peuvent même attirer des familles. Plus les enfants sont impliqués, mieux cela vaut pour l'image du Mouvement.

La participation de personnages politiques favorables aux opposants entraîne une diminution du risque de rupture des événements par la police. C'est parce que la police peut hésiter à arrêter des personnes connues, de peur d'être accusée de « réprimer l'opposition », même si ces gens provoquent une réponse de la police. De telles accusations pourraient conduire à un tollé international et nuire à la légitimité du gouvernement. Les grèves de la faim hautement mise en valeur, en particulier parmi les personnes éminentes dans la société, peuvent également faire croire que le gouvernement est responsable de la souffrance auto-infligée des militants. Une fois de plus, le lecteur doit se rappeler que ce qui est le plus important est la façon dont les événements sont présentés par les médias nouveaux et traditionnels, et non ce qui se passe réellement. Si l'infrastructure médiatique est assez forte pour convaincre le public que le gouvernement agit en fait de manière tyrannique et oppressive par ses actions, c'est l'impression que le public gardera.

Rôle des médias sociaux dans l'infrastructure physique 1

Les médias sociaux fournissent à la fois la sécurité et la promotion de la Révolution de couleur, et chaque élément sera discuté ultérieurement.

Les médias sociaux en tant que sécurité

Les individus ont maintenant accès à Internet et enregistrent des scènes sur des téléphones portables grâce aux progrès récents de la technologie cellulaire. En enregistrant les événements de protestation, les participants s'efforcent de protéger leur propre sécurité contre les contre-offensives du gouvernement. La police et l'action officielle du gouvernement sont dissuadées, car les représentants du gouvernement qui s'engagent dans la violence (perçue) contre les manifestants réduiront gravement la légitimité et le soutien des autorités au pouvoir tant dans le pays qu'à l'étranger. Même si la violence officielle est provoquée, l'image d'un manifestant non armé attaqué par un policier résonne puissamment parmi le public qu'elle atteint.

Les médias sociaux pour la promotion

Les séquences vidéo non-stop des Événements de protestation (y compris les activités « amusantes ») permettent au cœur et / ou aux nouveaux médias traditionnels de s'engager dans des techniques d'édition pour encadrer la situation dans une lumière pro-opposition positive. La création de hashtags Twitter et de groupes Facebook aide à organiser des images et des commentaires sur l'Événement sur les médias sociaux, ce qui le rend plus accessible aux sympathisants et aux personnes intéressées. Une personne partageant des images ou des statuts ou des tweets positifs pro-opposition sur son réseau social peut amener d'autres à les partager avec leurs amis, et ainsi de suite. Cela conduit à une réaction en chaîne des réseaux sociaux qui se traduit par une « explosion » de l'intérêt et du soutien par la base. L'objectif final est de « devenir viral ».

Les manifestants comme boucliers humains du mouvement

Les manifestants, en particulier les sympathisants civils, servent de boucliers humains inconscients pour le Mouvement. La présence de grands groupes de civils non armés protège le cœur et les cohortes de l'action directe de la police. Bien que le gouvernement puisse prendre la décision de saisir les organisateurs et les militants qui campent dans la zone occupée, il faudra traverser une mer de civils pour atteindre les cibles, surtout si une occupation d'un emplacement central se produit. Par conséquent, le risque de pertes involontaires et de dégâts collatéraux infligés à des civils (en particulier si le mouvement incite à la violence contre lui) est particulièrement accentué. De cette façon, le cœur et les cohortes se cachent en toute sécurité derrière les sympathisants civils et les utilisent comme des boucliers humains inconscients, ce qui place le gouvernement dans une situation précaire pour agir ou non contre les organisateurs.

Infrastructure physique 2

La deuxième forme de l'infrastructure physique est plus traditionnelle, car elle implique des podiums, des mégaphones, des banderoles, etc. Ce sont les objets physiques employés lors des manifestations concrètes de la Révolution de couleur et des campagnes publicitaires médiatiques, et certaines d'entre elles sont étroitement liées à l'infrastructure de l'information. Tout cela doit être préparé bien à l'avance, et rien de tout cela n'est spontané. Par exemple, les podiums qui sont déployés dans les zones de protestation et occupés doivent être obtenus avant le début de la Révolution de couleur, ainsi que les tentes et les fournitures alimentaires et les boissons adéquates pour les sympathisants civils. Les podiums sont mis en place avant les événements de protestation, et les tentes peuvent être installées avant ou pendant les événements. Il n'est pas possible de se procurer sur place ou instantanément tout ce qui est nécessaire pour réussir une Révolution de couleur. Par conséquent, les réseaux de contacts et les arrangements antérieurs doivent être créés à l'avance.

Cet aspect logistique souvent négligé des Révolutions de couleur, trahit leurs revendications de « spontanéité ». Des photographes et des cameramen soigneusement positionnés aident à encadrer les événements de la façon la plus positive possible pour le Mouvement, de même que le placement d'affiches et de posters de l'opposition et / ou nationalistes. Les matériaux imprimés à utiliser lors des événements de protestation doivent également être stockés avant que la décision ne soit prise pour déclencher la Révolution de couleur, car des fournitures de propagande suffisantes doivent être disponibles pour une utilisation immédiate. Des drapeaux, des bannières, des t-shirts et d'autres outils pro-Révolution de couleur bien visibles doivent être produits en série pour être utilisés dans les événements publiés. Une foule de personnes indescritibles sans concentration visuellement unifiée n'est pas aussi puissante que celle qui manifeste une solidarité avec le Mouvement sous une apparence choisie.

Conclusion

Une révolution colorée est un jeu complexe avec de nombreuses pièces fonctionnant simultanément. Le Mouvement doit construire

correctement ses six infrastructures avant le début de la déstabilisation publique, et il a besoin d'un événement pour galvaniser son soutien et justifier ses actions auprès des publics ciblés. Les infrastructures physiques aident le Mouvement à attirer l'attention et font en sorte que la Révolution de couleur soit populaire et spontanée. Une bonne compréhension de toutes les parties opérationnelles d'une Révolution de couleur peut permettre de mieux comprendre cette nouvelle tactique de guerre menée contre les gouvernements nationaux, ainsi que d'identifier les vulnérabilités qui peuvent être exploitées dans l'élaboration d'une stratégie contre-révolutionnaire efficace.

Andrew Korybko | 3 décembre 2014 | syncreticstudies.com (<https://syncreticstudies.com/>)

1. Gene Sharp: du mur de Berlin au printemps arabe ou la politique de la révolution (<https://syncreticstudies.com/2013/03/03/gene-sharp-from-berlin-wall-to-arab-spring-or-the-politics-of-counter-revolution>)
2. Gene Sharp: un tacticien en chef de la période des États-Unis après la guerre froide – J.V Capone, éditeur (<https://syncreticstudies.com/2014/03/14/gene-sharp-a-chief-tactician-of-the-us-post-cold-war-period>)

Andrew Korybko est le commentateur politique américain qui travaille actuellement pour l'agence Sputnik. Il est en troisième cycle de l'Université MGIMO et auteur de la monographie *Guerres hybrides: l'approche adaptative indirecte pour un changement de régime* (2015). Ce texte sera inclus dans son prochain livre sur la théorie de la guerre hybride. Le livre est disponible en PDF gratuitement et à télécharger ici (<http://orientalreview.org/wp-content/uploads/2015/08/AK-Hybrid-Wars-updated.pdf>).

Source: <http://versouvaton.blogspot.fr> (<http://versouvaton.blogspot.fr/>)

Tweet (<https://twitter.com/share>)