САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Магистерская программа

 “Дипломатия Российской Федерации и зарубежных государств”

ДУБОВЦЕВ Артем Сергеевич

**РУССКОГОВОРЯЩЕЕ НАСЕЛЕНИЕ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ США**

**RUSSIAN-SPEAKING POPULATION IN U.S. INFORMATION POLICY**

 Диссертация

на соискание степени магистра

по направлению 41 04 05 – «Международные отношения»

Научный руководитель –

 Доктор исторических наук

Профессор кафедры американских исследований

Н.А. Цветкова

Студент: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Научный руководитель: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Работа представлена на кафедру:

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г.

Заведующий кафедрой: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ………………………………………………………………………..……….3

Глава 1 Понятие, концепции и сущность информационной политики США
на международной арене……………………………………………………………….…9
1.1 Информация. Природа, сущность, основные понятия………………………..…9
1.2 Информационное общество и информационная политика.
Англосаксонская модель построения информационного общества…………………..10

1.3 Англосаксонская модель построения информационного общества………………17

1.4 Особенность американской пропаганды………………………………………...….21

Глава 2 Стратегия и механизм информационной политики США……………………27

2.1 Совет Управляющих Вещанием (BBG)………………………………………….…32

2.2 Госдепартамент США……………………………………………………………….32

2.3 Агентство США по международному развитию (USAID)……………………...…34

2.4 Цели публичной дипломатии США…………………………………………………35

Глава 3 Русскоязычное общество в информационной политики США………………39

3.1 Расширение пропаганды на русском языке…………………………………………43

3.2 Поддержка оппозиционных активистов внутри России………………………..….47

ЗАКЛЮЧЕНИЕ……………………………………………………………………………52

Приложения……………………………………………………………………………….53

Список источников и литературы…………………………………...…………………..54

**ВВЕДЕНИЕ**

С начала XX века основным стимулом для развития публичной дипломатии являлись внешние угрозы национальной безопасности Соединенных Штатов Америки или угрозы американским интересам в различных регионах мира. Так если в странах Ближнего Востока публичная дипломатия стала инструментом продвижения положительного имиджа США, то в России и странах СНГ публичная дипломатия США ведет борьбу за сохранение демократии и рыночной экономики, а также за противодействие России на пути расширения ее влияния на постсоветском пространстве и в качестве противовеса в пропагандистской деятельности Кремля.

Институт публичной дипломатии США использует такие инструменты в продвижении позитивного имиджа США, как радио, телевидение, Интернет, а также программы обучения лидеров НКО и продемократических партий или движений.

В 2013–2015 гг. публичная дипломатия США как инструмент влияния на зарубежные государства при помощи информационных, образовательных, культурных и цифровых проектов стала стремительно меняться. Значительно усилился такой компонент публичной дипломатии, как пропаганда американских ценностей в социальных сетях различных стран, а также распространение особых компьютерных приложений для политических активистов (цифровая дипломатия).

Данный компонент приобрёл настолько серьёзное значение, что начиная с 2014 г. Конгресс выделил на проведение цифровой дипломатии США отдельную статью расходов в бюджете.

Наряду с этим, провалы в осуществлении информационных программ США в странах Ближнего Востока и Евразии, неэффективная работа Управления международным вещанием США привели к пересмотру основных принципов работы и механизма публичной дипломатии. На фоне активизации внешнеполитической информационной деятельности России, Ирана и Китая, американское вещание находится в состоянии разброда и отсутствия единой стратегии. Конгрессмены предлагают вернуться к механизму эпохи «холодной войны», когда за ведение пропаганды отвечало одно ведомство – Информационное агентство США (USIA, United States Information Agency).

Более того, сам термин «пропаганда» стал терять привычные негативные коннотации. В 2010–2012 г. в США стали появляться работы влиятельных экспертов, которые доказывали, что в эпоху информационных войн не имеет смысла заниматься продвижением ценностей США с «помощью» культуры, образования или спорта. Своя пропаганда как самый быстрый способ реакции на пропаганду противника, а также самый эффективный способ создания консенсуса между правительство США и зарубежной аудиторией вошла в публичную дипломатию США и видоизменила направления её деятельности. Отметим, что сегодня термин «публичная дипломатия» часто заменяется термином «стратегическая коммуникация», что отнюдь не ослабляет пропагандисткой составляющей во внешней политике США.

Наконец, один из последних трендов – российское направление в публичной дипломатии США. Активизация внешней политики России уход из РФ ряда американских организаций, завершение многих программ американо-российского обмена людьми, ослабление деятельности каналов международного вещания США в России поставили под вопрос существование всего российского направления. Это заставило и Белый дом, и Конгресс искать новые подходы к поддержанию американского влияния в России. Острота данной проблемы в публичной дипломатии США собственно и обуславливает наш интерес к её анализу.

В данной диссертации исследованы нацеленные на Россию и русскоязычное население проекты публичной дипломатии США, которые намечено реализовать до 2018 г. Именно этот год фигурирует в американских документах как индикатор реализации этих проектов.

**Актуальность** данного исследования заключается в том, что проекты публичной дипломатии США, описанные в данной работе, которые направленны на русскоязычное население, актуальны до 2018 г.

**Цель** настоящего исследования – выявить результаты осуществления программ публичной дипломатии США, нацеленные на русскоговорящее население и спрогнозировать развитие соответственных программ.

Для этого были поставлены следующие **задачи**:

* Показать основные направления информационной политики США
* Проанализировать основные механизмы и цели информационной политики США.
* Проанализировать программы информационной политики США, направленные на русскоговорящее население.
* Определить основные проблемы, с которыми сталкивается американское руководство при построении позитивного имиджа США
* Дать оценку перспектив развития информационной политики США

**Объектом** исследования выступает публичная дипломатия США.

**Предметом** данного исследования являются программы публичной дипломатии США, нацеленные на русскоязычное население.

**Методологической основой** дипломной работы послужили следующие методы: логический, сравнительный метод, исторический метод, методы системного анализа, метод теоретического прогнозирования, метод индукции и дедукции.

**Практическая значимость.** Практическая значимость проведенного исследования заключается в возможности применения полученных выводов и знаний, которые могут быть использованы в выстраивание Российской информационной политики.

**Историография вопроса**

Вопросы, рассматриваемые в данной работе, еще недостаточно изучены в науке о международных отношениях. Несмотря на то, что по сей день не было предпринято попыток комплексного изучения современных институтов и механизмов публичной дипломатии США, нацеленных на русскоязычное население, однако, стоит отметить, что на данный момент имеется большое количество литературы, которая освещает отдельно взятые аспекты американской дипломатии. Использованную литературу можно разделить условно на несколько групп:

**В первую группу** следует отнести труды, которые помогли сформировать научно-теоретический каркас работы и разобраться с понятием публичной дипломатии в целом. Научные труды Цветковой Н.А. помогли сформировать понимание о концепциях и теориях публичной дипломатии США.[[1]](#footnote-1) Также, в эту группу входят такие авторы, как Давыдов Ю.П.[[2]](#footnote-2), Манжулина О.А.[[3]](#footnote-3), Ширяев Б.А.[[4]](#footnote-4), Гилбо E.[[5]](#footnote-5), Най Дж.[[6]](#footnote-6), Караганов С.А.[[7]](#footnote-7), которые широко изучили «жесткую» и «мягкую» силу в международных отношениях и осветили цели внешней политики США. А исследования Анхольта С.[[8]](#footnote-8), Арндта Р.[[9]](#footnote-9), Кована Дж. Арсеноля A.[[10]](#footnote-10) представляют собой теоретический материал по публичной дипломатии Америки.

Что касается **второй группы**, в нее вошли исследования, которые описывают механизмы публичной дипломатии США. В трудах Боголюбовой Н.М. описан такой механизм, как культурная дипломатия, которая является одним из важнейших и уже зарекомендовавших себя способов улучшения имиджа страны.[[11]](#footnote-11) Так же следует выделить ряд авторов, которые в своих работах подробно рассмотрели причины создания, стратегические цели и попытались спрогнозировать будущее состояние и деятельность институтов общественной дипломатии. Это – Берман E. H.[[12]](#footnote-12), который изучил влияние благотворительных фондов (США) на мировые процессы. А что касается изучения агентства международного развития (USAID) и зарубежной помощи как средство внешнеполитического давления, то это изучено в работах таких исследователей как А. Вудс[[13]](#footnote-13), Дж. Редисинин[[14]](#footnote-14), M. Краус[[15]](#footnote-15).

В работах Биенера Х.[[16]](#footnote-16), Грила Г.[[17]](#footnote-17), Росенгберга E.[[18]](#footnote-18), Ругха В.A.[[19]](#footnote-19), Роунсли Г.Д.[[20]](#footnote-20), разобран и представлен в полной мере такой механизм пропаганды, как теле- и радио-вещания, что стало опять же актуальным в силу распространения сети Интернет и возможности с большой скоростью транслировать новости и информацию выгодную Америки.

В трудах Кониффа B.[[21]](#footnote-21), Хофмана Д[[22]](#footnote-22). поднят вопрос о перспективах данного механизма, но так как он является одним из самых старых и уже зарекомендовавшим себя, то оба автора утверждают, что он так же будет занимать доминирующие позиции среди институтов публичной дипломатии США. Авторы уделяют особое внимание распространению сети Интернет, что может повлиять на развитие американской публичной дипломатии.

Госдепартамент как основной институт внешнеполитической деятельности был рассмотрен в огромном количестве работ, из которых наиболее значимыми, на наш взгляд, являются исследования В. Рубина[[23]](#footnote-23), В. Рокмана[[24]](#footnote-24). А также вопросы о работе Госдепартамента хорошо освещены в трудах Д. Кларка[[25]](#footnote-25) и В. Читика[[26]](#footnote-26).

**Источники**

В основу работы был положен изученный нами обширный эмпирический и аналитический материал, который можно классифицировать следующим образом:

* Документы о публичной дипломатию США, нацеленную на русскоязычное население[[27]](#footnote-27)
* Интервью как российских, так и американских деятелей, по данному вопросу[[28]](#footnote-28)
* Законодательные акты публичной дипломатии США
* Отчеты различных ведомств США о проведении программы

Также, при исследовании данной темы, были использованы документы и статистические отчеты различных неправительственных организаций США, а также помимо названных документов большое значение для написания настоящей работы сыграли источники, связанные с деятельностью международных конференций и «мозговых центров».[[29]](#footnote-29)

**Структура** исследования вытекает из поставленных перед нами целей и задач. Данная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка источников и литературы. В первой главе были рассмотрены основные теоретические вопросы для выстраивания базиса последующего изучения информационной политики, форм пропаганды и публичной дипломатии. Во второй главе, мы осветили основные механизмы и стратегию публичной дипломатии США. В третьей главе, мы проанализировали существующие проекты для русскоязычного общества.

**ГЛАВА 1**

**ПОНЯТИЕ, КОНЦЕПЦИИ И СУЩНОСТЬ**

 **ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ США**

**НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ**

* 1. **Информация. Природа, сущность, основные понятия**

Прежде чем рассмотреть вопрос о роли информации в международной жизни, необходимо уточнить содержание понятия «информация». Это достаточно сложно, поскольку единого, общепринятого определения данного чрезвычайно многообразного феномена пока нет. Есть разные мнения об этимологии слова «информация».

Самое общее определение информации, которое широко используется в современной философии, было предложено в 1973 г. отечественным ученым, профессором, исследователем философских проблем информатики, синергетики и кибернетики А. Д. Урсулом. Он понимает информацию, прежде всего, как отраженное разнообразие, нарушающее однообразие. Иными словами, информация представляет собой одно из универсальных свойств материи, отражение реального мира во всем его разнообразии.

Согласно рассуждениям российского ученого Р. Ф. Авдеева, изучающего мощные временные пласты информационной эволюции неживой и живой природы, мы стоим на пороге создания новой, информационной картины мира, которая призвана отображать развитие объективного мира как последовательность появления различных форм материи, как единый закономерный процесс возникновения и расцвета жизни и разума, человека и общества[[30]](#footnote-30).

Существует и юридическое, легальное определение информации, согласно которому информацией являются любые сведения вне зависимости от формы их представления.

В обыденной речи слово «информация» означает сведения о разнообразных явлениях и процессах, происходящих в природе и обществе. В этом контексте информация неотделима от деятельности людей, способных устно, письменно или каким-либо иным способом обмениваться друг с другом необходимыми сведениями. Поэтому в развитии общества информация выполняет познавательную, интегративную, коммуникативную, инструментальную функции. Нельзя не согласиться с петербургским ученым С. Г. Корконосенко, который пишет, что никто не способен приобрести необходимые ему знания о мире исключительно на основе своего непосредственного опыта. Ученый убежден, что для свободной ориентации индивида либо коллектива в окружающей его среде необходимы сведения, накопленные человечеством за всю его долгую историю и непрерывно пополняемые сегодня. В связи с этим особую значимость приобретает социальная информация, которая «производится в процессе человеческой деятельности, отражает факты с точки зрения их общественной значимости и служит для общения между людьми и достижения ими своих целей, обусловленных их социальным положением»[[31]](#footnote-31).

Обладая таким прагматическим качеством, как ценность, информация тесно связана с потребностями, интересами и мотивами людей. Одни из наиболее существенных качеств информации, циркулирующей в обществе, — ее новизна и достоверность.

Также информация является основным инструментом «мягкой силы». Проблемами обмена информацией на международном уровне, в частности, разъяснения целей и мотивов американской внешней политики США озабочены со времён Второй мировой войны. Ни одно правительство, даже тоталитарное, не в состоянии остановить поток обмена информации: попытка ограничить влияние информационной революции невозможна в связи с тем, что каждая страна, компания или индивид участвуют в технологический революции как субъект или объект.

* 1. **Информационное общество и информационная политика.**

**Англосаксонская модель построения информационного общества**

Строительство информационного общества и жизнь в нем в последние два десятилетия в рамках отдельных государств или их сообществ регулируются на основе государственной информационной политики. Во второй половине 70-х годов, когда развивающиеся информационные технологии и новые электронные средства коммуникации привели в США к переструктурированию и реформе управления, бизнеса, социальных отношений, возникла насущная необходимость формирования в стране информационной политики, и Президенту США был представлен доклад "Национальная информационная политика". В этом докладе были сформулированы основные "информационные" политические принципы, которыми следует руководствоваться для формирования внутренней политики государства в целом: информация должна рассматриваться как важнейший национальный ресурс, требующий сохранения, развития и защиты, а также как товар, к которому потребитель должен иметь доступ.

Естественно, информационная политика развивается в соответствии с социально-экономическим развитием общества и на основе развития информационных и коммуникационных технологий. Естественно также в связи с этим, что в разных странах на определенный момент времени информационная политика имеет свою специфику. В настоящее время принято считать, что США опережают по развитию информационных и коммуникационных технологий и их применению объединенную Европу примерно на 15 лет, Россия же очень существенно отстает от Европы.

В Соединенных Штатах Америки ядром государственной информационной политики является выдвинутая Президентом США Клинтоном и Вице-президентом Гором программа создания Национальной информационной инфраструктуры (National Inform Infrastructure - N11). Цели Программы следующие. Эта инфраструктура, которой могут пользоваться все американцы, должна способствовать: созданию новых рабочих мест, предоставлению более качественных и менее дорогостоящих услуг, подготовке подрастающего поколения к жизни в XXI веке, построению более открытой и представительной демократии на всех уровнях, способствовать завоеванию американцами первенства в области технологий. По сути должна быть создана коммуникационная супермагистраль, на основе которой построена информационная сеть сетей. Эта суперсеть, скорей всего, будет развитием системы Интернет.

Отметим, что в период президентства Дж. Буша-старшего впервые было создано информационное общество. На результат появления информационного общества, политические власти ответили возникновением «теледипломатии» - новой дипломатической парадигмы, развитие которой связано с высокоскоростной информационной составляющей жизни мирового сообщества, совершенствованием коммуникационных технологий. Как тогда, так и сейчас процессом информирования общественности занимается Информационное Агентство США (United States Information Agency, USIA), которое координирует информационную и образовательную деятельность США в регионах, находящихся более чем в 140 странах. Агентство изучает и анализирует данные общественного мнения за рубежом и обеспечивает обратную связь с федеральным правительством (по сути, ведя разведку для разработки и подготовки информационных и контринформационных операций). USIA - «независимая» внешнеполитическая организация, действующая на уровне исполнительной власти, подчиняется непосредственно президенту США. За рубежом USIA известна как Информационная служба США или USIS. В посольствах США чиновники из USIS занимают позиции специалистов в области по связям с общественностью (public relations). Они консультируют дипломатов и послов США по разным вопросам, касающимся интересов и политики США, а также по вопросам деятельности посольств и отношений со страной пребывания. С октября 1999 года агентство действует в составе государственного департамента США

В современной зарубежной политической науке под государственной информационной политикой принято понимать совокупность нормативных актов, правил и политических практик, которые регулируют создание, распространение, хранение использование информации. Таким образом, данное понятие включает в себя два основных аспекта: регулирование и управление информационными потоками и регулирование динамично развивающейся «цифровой» среды. Управление информационными потоками рассматривается как сетевой процесс. Субъектами информационной политики являются: государство, средства массовой информации, институты гражданского общества, транснациональные корпорации, крупный бизнес, элиты, отдельные группы и индивиды. Однако доминирующая роль принадлежит именно государству в лице правящей элиты. Субъектом информационной политики традиционно принято считать средства массовой информации[[32]](#footnote-32). При этом большинство специалистов в данной сфере, среди которых можно выделить Г. Трессена, Е. Максвела, С. Вальграфа и П. Ван Алста, рассматривают данный процесс как двусторонний. Данные исследователи склонны полагать, что в современном мире возрастает медиатизация политики и средства массовой информации все больше способны влиять на принятие политических решений, в том числе и на международном уровне. В США существует два контура управления информационными потоками: первый относится к освещению событий на международной арене, второй — к вопросам внутренней политики. Процесс управления информационными потоками рассматривается с позиции двух основных теорий: «производство согласия» и «эффект CNN». В своем исследовании Г. Трессен установил, что средства массовой информации в США играют важную роль в процессе принятия и легитимации решений правительства в вопросах внешней политики, где они выступают не только в качестве наблюдателей, но и катализаторов и участников данного процесса. Проведенный им анализ сообщений прессы в периоды военных операций с участием Соединенных Штатов Америки и нарастания напряжения на международной арене показал, что вне зависимости от политических ориентаций в сфере внутренней политики владельцы СМИ освещают данные события с патриотических позиций и национальных интересов страны. Данный феномен получил название «сплочение вокруг флага». В периоды кризисов СМИ полностью ретранслируют задаваемую Белым домом информационную повестку дня. Например, после террористических атак 11 сентября 2001 г. американские средства массовой информации продемонстрировали полную лояльность при освещении военных компаний на территории Ирака, Ирана, Сирии, Афганистана, Пакистана и прежде всего в борьбе с террористической группировкой аль-Каида. При этом средства массовой информации не уделяли достаточного внимания анализу ситуации, альтернативным точкам зрения, практически не освещали массовые антивоенные акции и позицию различных институтов гражданского общества, выступавших против прямого военного вторжения. Мобилизация средств массовой информации в кризисные периоды, особенно это проявляется именно в сфере международных отношений, запускает в действие «мощную идеологическую машину, производящую гражданское согласие в обществе». Немного иная точка зрения представлена в теории «эффекта CNN», согласно которой СМИ способны влиять и изменять государственную политику. Средства массовой информации способны самостоятельно задавать повестку дня, выводя на передний план те или иные вопросы, делая их актуальными одновременно для большого числа граждан. Вследствие этого политики вынуждены комментировать такие события, вмешиваться в те или иные процессы, делая информационную повестку частью повестки политической. Аналитические статьи, посвященные актуальным международным событиям, не могут беспристрастно передать всю полноту событий удаленных от непосредственных читателей, а, следовательно, любые публикации, содержащие элементы объяснения и анализа международных событий, формируют определенную позицию читателя. Таким образом, СМИ являются единственным инструментом, формирующим общественное мнение по вопросам международной политики, и именно в этой сфере они имеют наибольшую власть и способность влиять, в том числе и на принятие государственных решений. Грабер Дорис, американский политолог, подчеркивая всепроникающую американских СМИ, пишет, что «средства массовой информации не только главный источник мировоззрения каждого американца, но также самый быстрый способ распространения информации, во всем обществе, а также самый надежный способ толкования действий правительства США на международной арене. СМИ в Америке превратились из сторожевого пса, стоящего на защите свободы слова, в болонку, лающую по команде Белого дома». При этом позиция Белого дома в вопросах освещения событий международного уровня достаточно жесткая и бескомпромиссная: средства массовой информации либо принимают повестку, задаваемую правящей элитой, либо обслуживают интересы других государств. Такая позиция сложилась задолго до того, как наиболее влиятельные СМИ стали частью нескольких крупных вещательных корпораций, косвенно контролируемых правящей элитой. В 1938 г. возник Междепартаментный комитет научного сотрудничества, в 1942 г. начал передачи «Голос Америки» (Voice of America), а в августе 1953 г. по приказу президента Дуайта Эйзенхауэра было создано независимое Информационное агентство Соединенных Штатов (USIA). [[33]](#footnote-33)В задачи агентства вошли следующие функции:

• устанавливать и развивать контакты между США и другими странами на личном и институциональном уровнях, способствуя, таким образом, росту взаимопонимания и международной стабильности;

• оказывать помощь в построении демократии и рыночной экономики в странах, стремящихся к созданию открытого общества;

• разъяснять политику США таким образом, чтобы она стала понятна широкой зарубежной аудитории;

• представлять американское общество во всем его многообразии, способствуя пониманию подлинного смысла политики США представителями зарубежной общественности;

• консультировать президента, госсекретаря, членов Совета национальной безопасности и других высших правительственных чиновников по вопросам общественного мнения за рубежом с целью выработки текущей и перспектив¬ ной политики США; • содействовать осуществлению программ образовательных и культурных обменов в национальных интересах;

• проводить переговоры по обмену информацией и образовательному и культурному обмену с правительствами других стран.

История развития данного учреждения показывает, что с расширением международного влияния США повышается статус учреждения. В 1961 г. Конгресс принимает Акт о взаимном образовательном и культурном обмене, известный как акт Фулбрайт-Хэйз. В 1978 г. произошло слияние Бюро образовательных и культурных связей государственного департамента и USIA и образовано Агентство международных связей Соединенных Штатов (ЮСИСА). В 1982 г. решением президента Рональда Рейгана агентству было возвращено его первоначальное название — Информационное агентство Соединенных Штатов, под которым оно осуществляет свою деятельность по настоящее время. Штат сотрудников USIA в его штаб-квартире в Вашингтоне насчитывает более 4200 человек. Директор и руководство агентства назначаются президентом и утверждаются Сенатом. Однако данное учреждение не единственный орган, контролировавший ин¬ формацию, связанную с международными событиями. В июне 1942 г. президент Рузвельт учредил комитет военной информации (OWI), и эта организация контролировала всю информацию о войне и отвечала за информационную поддержку военных операций. Представители комитета напрямую управляли редакторами СМИ, а зачастую преследовали их, как в случае с руководством «Голивуд студио». Комитет также определял круг приоритетных тем для освещения. После окончания Второй мировой войны Америка впервые оказалась в центре мировой международной политики. За время войны в США сложилась мощная машина государственной цензуры, и в послевоенные году СМИ продолжали поддерживать правительство, опасаясь репрессий. После 1947 г., с началом холодной войны, СМИ не печатали информацию, содержащую критику действий правящей элиты США, так как боялись обвинений в распространении коммунистических идей или даже в пособничестве агентам СССР. СМИ, в том числе такие газеты, как The Times и International Herald Tribune, журналы Time и Newsweek, редко критиковали политику Гарри Трумэна во время холодной войны. Принято считать, что с середины 60-х г. XX в. роль СМИ в США коренным образом меняется. Такое мнение является распространенным в экспертном сообществе, так как средства массовой информации сыграли огромную роль во время войны во Вьетнаме. Именно в это время появляется эффект CNN. Впервые информация СМИ не соответствовала повестке Белого дома. Пресса не поддержала патриотический настрой, «война была проиграна в страницах «Нью-Йорк Таймс» и в вечерних выпусках SBC больше, чем на поле боя». Это был один из первых случаев участия тележурналистов в военных действиях. С 1970 по 1990 г. возрастает влияние телевидения на политическую жизнь Америки. Н. Кевин в своей работе, посвященной эффекту CNN и усилению самостоятельности СМИ в США, сравнил телевидение с «бульоном, в котором плавают все мировые события». Для усиления контроля над распространением информации в 1994 г. Указом о Международном вещании (Гражданский закон 103-236) были собраны все не военные, государственные международные службы вещания Соединенных Штатов под управление Правительственного совета по вещанию (BBG) и создано Международное бюро вещания (IBB). Правительственный совет по вещанию включает в себя директора Информационного агентства Соединенных Штатов и восемь назначаемых президентом членов. Немного иначе строится процесс управления информационными потоками во внутренней политике. Наиболее интересной работой, предлагающей системный анализ сложившейся в США системы контроля информационного пространства, изложены в книге Эдвард С. Хермана Ноама Хомского «Производство Согласие: Политическая экономия Средств массовой информации», изданной в 1988 г. В ней авторы исследуют методы управления средствами массовой информации, сложившиеся в США в XX в., и предлагают «пропагандистскую модель» средств массовой информации с многочисленными подробными примерами, демонстрирующими это. Согласно этой модели более демократические общества, например, американское, используют более тонкие ненасильственные методы управления информационным пространством, в отличие от тоталитарных систем, где физическая сила может с готовностью использоваться, чтобы принудить население в целом. Хомский заявляет, что «пропаганда в демократическом обществе является тем же, чем полицейская дубинка в тоталитарном государстве». Представленная модель является наиболее системным объяснением указанных методов контроля информационного пространства с точки зрения структурных экономических причин, а не заговора людей. Хомский утверждает, что система основывается на пяти фильтрах, через которые проходит любая информация, прежде чем будет опубликована в СМИ. Именно эти фильтры позволяют правительству США эффективно контролировать информационное пространство в условиях относительно малого количества формальных институтов и прямой цензуры. Именно эти фильтры систематически искажают транслируемую в новостях информацию, подчиняя ее повестке, задаваемой Белым домом. Первым фильтром являются собственники средств массовой информации. Автор отмечает, что большинство главных информационных агентств принадлежит крупным корпорациям, которые так или иначе связаны с правящей элитой США и имеют заинтересованность в постоянном контакте с Белым домом, а следовательно, не заинтересованы в распространении точной и беспристрастной информации. Такая позиция полностью дискредитирует тезис о журналистской ответственности, и о том, что СМИ являются гарантом соблюдения интересов общества. Вторым фильтром являются источники финансирования, за счет которых существуют большая часть средств массовой информации в США, так как в стране не развиты общенациональные сети СМИ (газет и общенациональных вещательных компаний) данный фильтр влияет на огромное количество мелки СМИ, действующих на локальном уровне. Основным доходом СМИ являются средства, полученные от размещения рекламы. Таким образом, так как они, ориентируясь на увеличение эффективности рекламы, доносят до читателя не информацию об истинном положении вещей, а коммерческий продукт. Модель требует, чтобы они транслировали новости, которые отражают желания и ценности фирм-рекламодателей. Кроме того, средства массовой информации зависят от правительственных учреждений и транснациональных корпораций, которые являются основным источником новостей. Этот факт является мощнейшим фильтром, так как СМИ, высказывающие мнение не соответствующее интересам данных структур, может быть «отлучено» от основных источников информации, вследствие чего быстро потеряет конкурентоспособность. Четвертым фильтром являются различные группы давления и так называемые лобби. Автор называет из «зенитной артиллерией», нападающей на средства массовой информации за воображаемый уклон. Норма идеологии являются пятым фильтром, через который проходит публичная информация. В первых публикациях «теории фильтров» Хомски называл в качестве последнего фильтра «антикоммунизм». Любого автора или СМИ можно было легко дискредитировать, заподозрив в распространении коммунистических идей. Однако с падением Советского Союза данная формулировка потеряла свою актуальность, и с учетом общественного мнения автор пояснил, что данный фильтр может содержать любую господствующую идею, например, «антитерроризм» или «ближневосточная угроза». По мнению автора, данная модель сложилась благодаря рыночной экономике и имеет децентрализованный характер. Хомски отрицает теорию заговора и сознательного моделирования, признавая тем ни менее роль разнородной правящей элиты, имеющей свои, зачастую разнонаправленные интересы, в создании сильной пропагандистской модели. Таким образом, можно говорить о том, что управление информационным пространством является важнейшей задачей информационной политики государства.

**1.3 Англосаксонская модель построения информационного общества**

Англосаксонская модель построения информационного общества основывается на полной либерализации рынка информационных технологий. Роль государства сводится исключительно к защите конкурентной среды. Основополагающим принципом всей идеологии построения информационного общества является акцент на техническом обеспечении, создании сетей, информационных супермагистралей.

Под информационной супермагистралью следует понимать глобальный коммуникационный хребет, который включает в себя разветвленную сеть высокоскоростных оптоволоконных линий, телефонную сеть, систему кабельного телевидения и спутниковой связи.

Отличительной чертой данной модели считается наличие гибкого законодательства, которое обеспечивает главенство личной инициативы. В странах англосаксонской системы государство должно как можно меньше вмешиваться в процесс развития информационного общества, роль государства ограничивается созданием условий для расцвета рыночных сил»[[34]](#footnote-34), Таким образом, государству в телекоммуникационной сфере отводится весьма незначительная роль.

Поскольку финансированием процесса информатизации занимается частный сектор, который руководствуется исключительно потребностями рынка, именно представители бизнеса определяют, какие технологии и услуги развивать в первую очередь, а также устанавливают технические стандарты. Роль же государства сводится исключительно к созданию благоприятных условий для развития частного бизнеса, защиты конкуренции и борьбы с монополизмом на информационно-телекоммуникационном рынке.

Однако чрезмерная либерализация информационного сектора скрывает в себе опасность полной утраты контроля над дальнейшим процессом внедрения и совершенствования современных информационно-телекоммуникационных систем, а самое главное — над содержанием распространяемой посредством новейших информационных технологий информации, тем самым ставя под угрозу информационную безопасность страны.

Среди стран англосаксонской системы особого внимания заслуживает опыт США, страны, в которой была разработана глобальная сеть Интернет и все наиболее популярные компьютерные технологии.

В 1993 г. Правительство США выпустило специализированный доклад Agenda for Action (Повестка дня), который содержал план развития национальной информационной инфраструктуры. В общих чертах основные принципы государственной информационной политики США можно сформулировать следующим образом:

* поощрение частных инвестиций;
* обеспечение универсального доступа к открытым телекоммуни-кационным сетям и информационным ресурсам, включая госу-дарственные;
* защита прав интеллектуальной собственности;
* обеспечение информационной безопасности государства и личности.

В 1995 г. вышел правительственный отчет, подготовленный для Конгресса США, «Информационная супермагистраль: обзор технологических новаций», который содержал «идеологию» американской концепции информационных супермагистралей. В нем, в частности, отмечается, что информационная супермагистраль является «сетью сетей», объединяющей тысячи взаимосвязанных телекоммуникационных оптоволоконных сетей, разбросанных по всему миру.

В рассматриваемом документе выделяются три принципа работы информационной супермагистрали. Во-первых, она должна позволить организовать двухсторонний поток информации, чтобы пользователи могли как получать, так и передавать большие потоки «цифровой» информации. Во-вторых, информационная супермагистраль должна быть открытой, при этом необходимы гарантии для равного доступа к ней инфраструктурных провайдеров. В-третьих, указанная магистраль должна обеспечить надежную защищенную систему коммуникаций для пользователей и сохранность баз данных.

Правительство США уверено, что достижение данной цели лежит через успешное внедрение современных инновационных технологий на различные уровни информационной супермагистрали.

По мнению американской администрации, информационная супер-магистраль имеет несколько уровней. Основу супермагистрали (низовой уровень) составляют оптоволоконные и прочие телекоммуникационные линии связи. На следующем уровне располагаются тысячи взаимосвязанных сетей. Третий уровень — информационный — включает базы данных и электронные библиотеки, а также переведенные в цифровую форму музейные фонды. Четвертый уровень — приложения — содержит программное обеспечение, необходимое для получения информации и услуг, которые предусматривает информационная супермагистраль. Наконец, на пятом — управленческом уровне располагаются административные центры по управлению супермагистралью, центры аварийного восстановления данных, а также системы защиты от несанкционированного доступа к информационным ресурсам.

В том же 1995 г. был издан правительственный доклад «Глобальная информационная инфраструктура: повестка дня для сотрудничества» (The Global Information Infrastructure: Agenda for Cooperation). Данный документ провозглашает строительство национальной информационной инфраструктуры и участие в создании глобальной информационной инфраструктуры высшими приоритетами государства. Основная задача национальной информационной инфраструктуры, по мнению авторов доклада, заключается в том, чтобы предоставить гражданам США доступ к обширным информационным ресурсам и информационным услугам. Также в указанном документе отмечается, что рынок информационных технологий является не просто одним из наиболее динамично развивающихся секторов, но его следует рассматривать как основной двигатель, обеспечивающий устойчивый рост всей экономики. Данное обстоятельство осознают многие государства, следовательно, чтобы сохранить лидирующие позиции, надлежит принимать активное участие в создании глобальной информационной инфраструктуры. При этом особенно подчеркивается, что определяющая роль в этом процессе должна принадлежать частному сектору.

В представленном документе сформулированы пять основополагающих принципов, на которых и должна строиться, по мнению американской администрации, глобальная информационная инфраструктура:

1. Поощрение частных инвестиций. Американские эксперты оценили мировой рынок информационных технологий, продуктов и услуг приблизительно в 850 млрд. долл, (по ситуации на 1995 г.). А к 2004 г. планировалось увеличение рынка еще на 200 млрд. долл. В докладе отмечалось, что как развитым, так и развивающимся государствам надлежит принимать участие в строительстве глобальной информационной инфраструктуры. И привлечение частных инвестиций является наиболее эффективным способом для страны развить свои сети и услуги, а также разработать технологические инновации. В частности, национальным правительствам рекомендовалось создавать совместные предприятия по предоставлению информационных услуг прежде всего в сфере мобильной связи. Для того чтобы ускорить этот процесс, Соединенные Штаты готовы помочь правительствам других стран выявить и устранить барьеры на пути частных инвестиций, а также работать с ведущими финансовыми институтами, такими как Всемирный банк, чтобы определить лучшие способы привлечения как частного, так и государственного капитала.

2. Увеличение конкуренции. По мнению американской администрации, необходимо провозгласить принцип полной либерализации информационно-телекоммуникационного сектора экономики, когда функция государства сводится исключительно к защите конкурентной среды и борьбе с монополизмом. Созданием же информационной инфраструктуры занимаются исключительно частные компании, руководствующиеся в своей деятельности потребностями рынка.

3. Предоставление открытого доступа к сетям и услугам для провайдеров и пользователей, что предполагает от правительства известных гарантий равного доступа к открытым телекоммуникационным сетям и сетевым технологиям всем сервисным провайдерам на недискриминационной основе и за приемлемую плату.

4. Создание гибкого государственного регулирования с тем, чтобы не снижать темп технологического развития. При этом особенно подчеркивается, что государство должно как можно меньше вмешиваться в деятельность телекоммуникационных компаний, но посредством создания прозрачных правил регулирования стимулировать дальнейшее развитие конкуренции и уметь достаточно гибко и быстро реагировать на потребности рынка.

5. Обеспечение доступа к универсальным услугам. В докладе отмечается, что в понятие «универсальные услуги» в каждой стране вкладывается свой смысл. Если в развитых государствах уместно говорить о предоставлении телекоммуникационных услуг каждому домохозяйству и предприятию, то в большинстве развивающихся стран наиболее насущной необходимостью является создание общественных центров по предоставлению телекоммуникационных услуг населению. В связи с этим авторы рассматриваемого документа видят центральную задачу глобальной информационной инфраструктуры в предоставлении всем людям возможности доступа как к основным, так и дополнительным услугам.

При этом особо подчеркивается, что только эффективная государственная информационная политика может способствовать быстрому переходу к современной инновационной экономике. По мнению Администрации США, основная задача информационной политики сводится к созданию реальных гарантий защиты частной жизни и коммерческой тайны пользователей глобальной информационной инфраструктуры, равно как и защиты и повышения надежности сетей и сетевых технологий.

Правительство США выражает надежду, что политическое руководство других стран начнет применять и продвигать вышеперечисленные принципы на национальном, региональном и глобальном уровнях.

Таким образом, рассматриваемый документ представляет собой концепцию государственной информационной политики США, которая предполагает несколько стратегических направлений: быть в центре мировых информационных супермагистралей, принимать активное участие в создании глобальной информационной инфраструктуры, навязывать свою модель построения информационного общества как единственно возможную альтернативу и рассматривать любые другие варианты изначально как девиантные.

**1.4. Особенность американской пропаганды.**

Правительство США уделяет большое внимание пропаганде, осуществляемой как государственными органами, так и большим количеством общественных организаций и отдельных лиц, с целью не только эффективного снижения градуса социального недовольства, но и формирования государственного имиджа США как государства, облеченного особой миссией просветительства, носителя истинной демократии, спасителя государств и народов от тирании. Делается вывод о том, что США при проведении пропагандистских компаний учитывают свой национальный менталитет, т.к. это позволяет с успехом решать внутренние и внешние политические задачи. Основываясь на таких характерных для всех американцев чертах национального характера, как ощущение собственной исключительности (избранности), мессианство, агентивность, индивидуализм, патриотизм, жажда потребительства, США формируют моральную и идеологическую базу, используя пропагандистские приемы убеждения, подтасовки фактов, смещения акцентов. Иными словами, американская система управления для обеспечения своих потребностей, укрепления влияния и проверки надежности создает и распространяет информацию, которую контролирует и дозирует, подчиняя ее своим интересам. Именно правительство США управляет механизмом обработки общественного сознания и населения Америки и в глобальном масштабе воздействует на другие государства. По решению США информацию обрабатывают соответствующим образом, дозируют, облекают в форму, необходимую для формирования общественного мнения, обеспечивающего поддержку действий государства. Практическая значимость работы заключается в возможности использования сформулированных положений, выводов в качестве инструментов для реализации пропагандистских приемов в области государственной политики. Результаты исследования могут содействовать дальнейшему анализу актуальных проблем развития США, а также исследованиям в сфере психологии и политологии

Внешнеполитический курс США издавна и традиционно основывается на идеологии. Еще в 1823 г. разработаны доктрины, положенные в основу американской внешней политики, проводимой в дальнейшем. Первой из них была так называемая «Доктрина Монро», которая закрепляла сложившееся военно-морское превосходство Америки в Западном полушарии и стала документом, провозглашавшим недопущение вмешательства государств мира во внутренние дела США. В 90-х гг. ХIX в. один из признанных теоретиков американского экспансионизма Ф. Дж. Тэрнер выдвинул теорию «подвижных границ», суть которой состояла в отрицании установленных границ и, как следствие, в стремлении расширять их, пока весь мир не станет американским – в этом, по мнению автора, заключалась «предопределенная судьба» США[[35]](#footnote-35). Его теория позднее получила развитие в работах Б. Адамса и З. Бжезинского, которые провозгласили необходимость установления американской гегемонии для защиты государственных интересов и неизбежность ее развития во всех сферах внешнеполитической деятельности. Данная проблема выходит не только на политологию, но и на психологию: исследования американской истории и менталитета выполнены Д. Бруксом, К. С. Гаджиевым, В. В. Карякиным, М. Лернером, С. Фол, М. Хирш, В. П. Шестаковым, Ф. Эйджи, Е. С. Эмирзиади. Цель статьи – выявить роль пропаганды во внешней политике США и показать особенности пропагандистской деятельности во внутренней политике США и в системе управления другими государствами. Важным моментом управления является устойчивость государств, которую исследовала Ю. А. Матафонова. Исследователем предложено введение в теорию федерализма такого понятия, как федеративная устойчивость, что обусловлено необходимостью комплексного междисциплинарного подхода к изучению федеративных политических систем и составляющих их субъектов. Используя ролевую методику описания происходящих в политической системе процессов, в структуре субъекта федеративного государства как мезосистемы, она предлагает выделить пять составляющих: институциональную, нормативную, коммуникативную, идеологическую, культурную. В соответствии с этим разделяет факторы устойчивости субъекта федеративного государства на пять соответствующих подгрупп. Для каждой подгруппы Ю. А. Матафонова выделяет два разнонаправленных аспекта устойчивости: внешнюю (внешнесубъектную) и внутрисубъектную[[36]](#footnote-36). Значимость внешнего фактора подчеркивала А. В. Новикова, отмечая, что внешний опыт западных стран используется «для реализации стратегических национальных приоритетов» [[37]](#footnote-37). Неуклонное следование во внешней политике США основополагающим концепциям и идеологическим принципам, хотя и претерпевшим некоторые изменения в течение довольно длительного периода, заслуживает внимания. Причем, в какой бы политической партии не состояли руководители государства, из поколения в поколение они придерживались этих основополагающих принципов ведения внешней политики[[38]](#footnote-38). Кроме этого, пропаганда, которая ведется государственными структурами США, необходима и для того, чтобы оправдать расходование огромных денежных сумм из американского бюджета, затраченных на реализацию экспансионистской внешней политики, вместо удовлетворения потребностей американского общества. В одной из своих речей Р. Никсон, бывший Президент США, отметил, что пропаганда и информация дают большую отдачу от каждого вложенного доллара, чем 10 долл., вложенных в создание систем оружия, ибо последнее вряд ли будет когда-либо употреблено в дело, в то время как информация работает ежечасно и повсеместно[[39]](#footnote-39). Традиционная структура американской пропаганды на современном этапе включает теле- и радиовещание, прессу, а также и самое новое средство массовой информации – Интернет. Ведущую роль играют три крупнейшие медиа-компании США – ABS, NBS и CBS, которые, по убеждению общества Америки, выражают различные общественные и политические взгляды в США, в одинаковой степени пропагандируя как мнения левых, так и правых. Экономические и политические взгляды американских компаний представляют различные коммерческие медиа-компании. Кроме этого, американская пропаганда использует для политической манипуляции такие новейшие каналы, как социальные сети и компьютерные игры. Общеизвестно, что пропаганда США традиционно ведется через сеть частных фондов, которые осуществляют финансирование определенных сфер идеологии, оказывают поддержку идеологически «правильным» бизнес-проектам, вовлекая в свою деятельность большие массы людей. Крупнейшие корпорации Америки финансируют разветвленную систему научных центров, занимающихся исследованиями в области экономики и общественных наук, а также ведущих пропагандистскую деятельность. Этот пропагандистский комплекс имеет такую идеологическую мощность, что с ним не может сравниться даже пропагандистская деятельность бывшего Советского Союза, считавшаяся самой мощной в мире. Исследуя пропагандистскую деятельность США, следует упомянуть такое явление, как информационные войны. Впервые это понятие обозначено в директиве Т3 600.1 Министерства обороны США от 21 декабря 1992 г. под названием «Информационная война», позднее, в 1993 г., в директиве Комитета начальников штабов № 30 сформулированы основополагающие принципы ведения информационных войн. При этом термин «информационная война» как таковой стал применяться с 1997 г. и определялся как «действия, предпринятые для достижения информационного превосходства в интересах национальной стратегии и осуществляемые путём влияния на информацию и информационные системы противника при одновременной защите собственной информации и своих информационных систем».

Можно сказать, что информационная война ведется и против России, которую стремятся вовлечь в целую серию конфликтов. США и Великобритания являются основными противниками в этой войне, где наряду с западными СМИ и деятельностью специализированных организаций активно используется финансируемая из-за рубежа несистемная оппозиция, прозападные силы в самой России, русофобски настроенные элиты и средства массовой информации стран Балтии, других бывших республик СССР и стран бывшего социалистического лагеря. Главная цель этой войны – создание революционной ситуации на территории страны, которая должна привести к «цветной революции» по уже неоднократно отработанному сценарию. По достижении данной цели возможно провоцирование конфликта между Россией и Китаем, сотрудничества между которыми не желает Вашингтон, а также повторение сценария членения России по образцу развала Советского Союза. Западные правительства настойчиво стремятся ослабить Россию, добиться снижения ее влияния в мире, направляя свои агитационные усилия как на народы России, так и все мировое сообщество. На страну стремятся навесить ярлык государства с отсталой экономикой и технологиями, тиранией, направленной на удушение демократических свобод, страной-агрессором. В сознание россиян стремятся внедрить идеи преклонения перед Западом, взрастить семена русофобии, разделить народы.

На современном этапе США разрабатывают новую глобальную стратегию, которая призвана установить роль США в создании мирового порядка, и определить место государства в этой системе. Можно утверждать, что современное Правительство США считает упрочение американской гегемонии своей основной задачей, не обременяясь моральным аспектом проблемы. В соответствии с новой стратегией США стремится к разработке определенного комплекса принципов наряду с инструментами их реализации, направленных на сохранение лидирующего положения в мире и позволяющих сохранить контроль над мировым порядком. Говоря о роли пропаганды во внешней политике США, можно утверждать, что американская пропаганда всегда служила проводником идеи об американской исключительности, идеи мирового лидерства, а также средством целенаправленного формирования общественного мнения. Американская схема управления внешнеполитической пропагандой, т.е. создание единого органа, уполномоченного принимать решения и определять стратегические направления ведения пропаганды с возможностью обмена информацией и аналитическими данными с другими государственными или негосударственными структурами, вместе с применяемыми методами пропагандистской деятельности прошла успешную проверку во многих странах. Политическая манипуляция в США – это плод деятельности правительства, которое является монополистом в области сбора, обработки, верификации и хранении информации. Типография Правительства США является крупнейшим издательским центром в мире. Известный американский ученый Н. Хомский пишет, что в течение 80-х гг. XX в. Правительству Рейгана и Буша в США удавалось проводить крайне правую социальную и милитаристскую политику при том, что в общественном мнении происходил сильный сдвиг в сторону социал-демократических принципов. При опросах подавляющее большинство поддерживало введение государственных гарантий полной занятости, государственное медицинское обслуживание и строительство детских садов, а соотношение сторонников и противников сокращения военных расходов составило 3:1. Почти половина населения США была уверена, что фраза «от каждого по способностям, каждому по потребностям» – это статья Конституции США, а вовсе не лозунг из Коммунистического манифеста К. Маркса[[40]](#footnote-40). Строго говоря, как только манипуляция сознанием в американском обществе превратилась в технологию господства, само понятие демократии стало чисто условным и употребляется лишь как идеологический штамп. В своей «Энциклопедии социальных наук» Г. Лассуэлл заметил: «Мы не должны уступать демократической догме, согласно которой люди сами могут судить о своих собственных интересах»[[41]](#footnote-41). В ходе данного исследования выявлено, что США при проведении пропагандистских компаний формируют моральную и идеологическую базу, используя пропагандистские приемы убеждения, подтасовки фактов, смещения акцентов.

**ГЛАВА 2**

**СТРАТЕГИЯ И МЕХАНИЗМ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ США**

Американская публичная дипломатия представляет собой самостоятельный инструмент внешней политики. Она включает в себя следующие механизмы воздействия на общества за рубежом: информационные программы, образовательные обмены, проекты в области культуры и спорта, а также цифровую дипломатию. В последние годы публичная дипломатия Соединенных Штатов осуществлялась с упором на концепции «мягкой» и «умной силы».

 В их основе лежало стремление правительства США увеличить число людей, симпатизирующих американским ценностям за рубежом, а также вовлечь международную общественность в политическую повестку дня, предложенную Вашингтоном. Однако в 2013– 2015 годах появилась новая тенденция: концепция «стратегических коммуникаций» оказывает все большее влияние на публичную дипломатию США.

Данный вид информационного взаимодействия подразумевает не столько акцент на вовлечение целевой аудитории, сколько точечное донесение международной позиции США до специфических групп и осуществление контрпропаганды в ответ на выступления оппонентов (в роли таковых в зависимости от ситуации могут выступать исламистские террористы, Иран, Россия, Китай)[[42]](#footnote-42). Подобный формат «диалоговой пропаганды» активно использовался правительством Соединенных Штатов в годы «холодной войны», но сегодня вернулся в практику американской внешнеполитической деятельности в несколько измененной форме.

Внедрение концепции «стратегической коммуникации» приводит к изменениям в работе ведомственного механизма, финансировании, региональных приоритетах, це- левых аудиториях и содержательном наполнении публичной дипломатии. В результате поведение Вашингтона на международной арене также эволюционирует. Цель настоящего исследования – выявить причины смены концептуальной парадигмы и показать теоретико-практическое значение концепций «мягкой/умной силы» и стратегической коммуникации в публичной дипломатии США в 2009–2015 годах.

Идеи Дж. Ная о росте значения «мягкой» и «умной» силы прочно вошли во внешнеполитическую практику правительства США в 2009 – 2010 годах после прихода к власти администрации Б. Обамы. В этот период в Вашингтоне появились новые эксперты по вопросам публичной дипломатии. Госсекретарь Х. Клинтон и специалисты ее ведомства стали активными проводниками идей Дж. Ная. Руководитель внешнеполитического ведомства, ее заместитель по вопросам публичной дипломатии Дж. Макхейл, а также активный советник по инновациям А. Росс превратили постулаты исследователя об источниках мягкой силы, взаимодействии и привлечении зарубежных стран к ценностям США в императив публичной дипломатии страны. Статьи Дж. Ная в американской прессе, в научных журналах, его выступления в Конгрессе и, наконец, его программный документ об «умной силе» и «мягкой силе», подготовленный совместно с бывшим членом администрации Дж. Буша-мл. Р. Армитеджем, получили широкую поддержку и отражение во внешнеполитической стратегии и дискурсе Соединенных Штатов.[[43]](#footnote-43) Идеи Дж. Ная не требовали построения подлинного диалога между Вашингтоном и целевой аудиторией, но делали акцент на продвижении таких источников американского идеологического влияния, как политические ценности, культура и принципы внешней политики, которые должны были снискать признание зарубежных контрагентов.

Госсекретарь Х. Клинтон часто обращалась к проблематике мягкой и умной силы и публичной дипломатии и концепциям Дж. Ная в своих официальных заявлениях, что подтверждало практический интерес к данной теме[[44]](#footnote-44). Такие принципы поведения, как «политика вовлечения», «смещение политических барьеров при помощи цифровой дипломатии», обеспечение «прямого диалога с протестными движениям в зарубежных странах», «поддержание лидерства США в мире», смешались в риторике госсекретаря и стали рассматриваться как сопряженные[[45]](#footnote-45).

Содержание ее мемуаров также подчеркивает интерес к публичной дипломатии как инструменту вовлечения зарубежной публики в диалог с правительством США. Она пишет: «За пределами традиционной работы по подписанию договоров и посещению дипломатических конференций, мы должны были, среди прочего, вовлекать активистов посредством цифровой дипломатии <….> и интегрировать маргинальные группы в политическую деятельность. Эти задачи привели меня к мысли о применении концепции умной силы, которая “бродила” по Вашингтону в течение нескольких лет. Джозеф Най из Гарварда и другие использовали данный термин, но все мы по- разному понимали его значение. Для меня умная сила означала выбор подходящих инструментов – дипломатических, экономических, военных, политических и культурных – для отдельно взятой ситуации».[[46]](#footnote-46)

Задачи вовлечения зарубежной аудитории в поддержку американских действий были зафиксированы в Стратегии национальной безопасности 2010 г. и в Стратегии публичной дипломатии США того же года6. Тем самым они были закреплены в качестве неотъемлемых компонентов курса администрации Б. Обамы на решение международных проблем, обозначенных в качестве приоритетных. Вместе с тем если первый документ подразумевал политику вовлечения как равноправный диалог с другими государствами, то стратегия публичной дипломатии рассматривала ее в контексте смены авторитарных режимов посредством развития демократических институтов и гражданского общества, а также идеологического противостояния с основными оппонентами США.[[47]](#footnote-47)

Госсекретарь Х. Клинтон и ее советник А. Росс положили идеи Дж. Ная в основание цифровой дипломатии США. В период 2010–2012 годов деятельность американского внешнеполитического ведомства на этом направлении получила беспрецедентное развитие. Соединенные Штаты стали опираться на социальные сети не только как средство транслирования американских ценностей, но и как средство краткосрочной мобилизации зарубежной активной молодежи[[48]](#footnote-48). В программных документах по Интернет-дипломатии США, подготовленных А. Россом – «Стратегический план развития информационных техно­ логий в 2011–2013 годах: цифровая дипломатия» и «Искусство управления государством в XXI веке» – цифровая дипломатия рассматривается, в частности, как способ при- влечения гражданских активистов и влияния на них.[[49]](#footnote-49)

Идеи экспертов в области «стратегической коммуникации» быстро проникли в деятельность администрации Б. Обамы. В Белом доме были расширены отделы, которые занимаются информационными проектами. Администрация стала играть большую роль в тех вопросах, которые традиционно относились к сфере ответственности отделов в Госдепартаменте и различным радио-и-телевещательным станциям США. В СНБ была создана новая должность – заместитель советника по стратегической коммуникации, – функции которой заключались в координации деятельности отделов по публичной дипломатии, находящихся в Госдепартаменте, Пентагоне, Белом доме, Агентстве международного развития, ЦРУ и в других ведомствах правительства США. «Стратегический» компонент усложнил механизм выработки и реализации программ публичной дипломатии в США. Над подразделениями в Белом доме, Госдепартаменте и Пентагоне появилась надстройка в виде отделов под общим названием «стратегическая коммуникация», что затруднило процесс координации проектной деятельности США в данной области[[50]](#footnote-50). Сегодня Центр стратегических антитеррористических коммуникаций, при прямой поддержке со стороны президента Б. Обамы, занял место основного подразделения, работающего по приоритетному направлению публичной дипломатии – противодействию пропаганде.[[51]](#footnote-51)

Усиление акцента на «диалоговой пропаганде» привело к модификации региональных приоритетов, смене целевой аудитории и росту бюджетных ассигнований на программы идеологического воздействия. С одной стороны, финансирование традиционных программ публичной дипломатии: образовательных обменов, проектов в области культуры, а также информационных программ – оставалось в 2013–2015 годах на прежнем уровне.[[52]](#footnote-52) Новый законопроект на 2016 г. также предусматривает прежнее финансирование. При этом региональные приоритеты и целевые аудитории публичной дипломатии подверглись существен- ному пересмотру. Во­первых, вместо глобального охвата распространения обменов появилась отчетливая региональная фокусировка: так, в качестве приоритетных для осуществления, например, программы Фулбрайта или других сходных образовательных и культурных инициатив определены реги- он Северной Африки, а также страны, граничащие с Россией и в которых Россия стремится укрепить свое политико- идеологическое и экономическое присутствие.

Во­вторых, в качестве основных реципиентов информационных программ указаны мусульманская молодежь, а также молодежь, знающая русский язык[[53]](#footnote-53). Пропаганда на русском языке в странах бывшего СССР, а также пропаганда на арабском, на языках дари, пушту и хаус выдвигаются как важнейшие приоритеты американской «стратегической коммуникации».

С другой стороны, все отделы Госдепартамента и Пентагона, занимающиеся реализацией скрытых и открытых программ пропаганды как традиционными метода- ми, так и в сети Интернет против ИГИЛ и России, а также ведомства, создающие анти цензурное оборудование для гражданских активистов в государствах, где ограничен доступ к Интернету, наращивают финансирование[[54]](#footnote-54).

Борьба за культурно-коммуникационные пространства способствовала выработке теоретических и практических основ американской «мягкой силы», у которой есть неизменные задачи: «создание положительного имиджа США за рубежом; распространение американской культуры, ценностей, идей; содействие пониманию американской системы правления и положительному восприятию внешней политики США».[[55]](#footnote-55) Механизмы по осуществлению «публичной дипломатии» – государственный аппарат, интеллектуальные и деловые круги, а также неправительственные организации. Все эти структуры создают, в конечном итоге, комплексную систему пропаганды, нацеленную на реализацию приоритетных направлений внешней политики страны. И далее мы попытаемся осветить более значимые структуры по реализации американской публичной дипломатии.

**2.1. Госдепартамент США**

В число отделов, которые вовлечены в формирования региональных приоритетов, содержания тех или иных программ, распределения финансирования, входят следующие органы исполнительной и законодательной власти Соединенных Штатов Америки: отделы в Госдепартаменте по образованию и культуре (Bureau of Educational and Cultural Affairs) и по информационным программам (International Informational Development), а также совет управляющих вещанием (Broadcasting Board of Governors), которые формально являются независимыми ведомствами, но их главы подчиняются госсекретарю США; Отделы по публичной дипломатии и Агентство по сотрудничеству в области обороны и безопасности министерства обороны, и, наконец, президент, Совет национальной безопасности в Конгрессе США.

В число ведомств, которые занимаются реализацией программ общественной дипломатии, входят указанные отделы Госдепартамента, полуправительственные агентства, дипломаты США, а точнее – аппарат атташе по культуре США вместе с Информационными центрами США в зарубежных странах, благотворительные фонды и неправительственные организации США, такие как фонд «Евразия», Фонд Сороса, Фонд Маккартуров, Фонд Форда.

Кроме того, различные экспертные группы в Госдепартаменте, такие как Отдел планирования (Office of Policy, Planning, Resources) и межведомственная рабочая группа по оценке образовательных программ общественной дипломатии (Interagency Working Group (IWAG) on U.S. Government-Sponsored International Exchanges and Training), Комиссия советников президента по общественной дипломатии (Аdvisory Commission on Public Diplomacy), различные мозговые центры (корпорация РЭНД или Центр стратегических исследований), занимаются сегодня оценкой эффективности реализуемых программ.

Однако, наиболее важную роль в публичной дипломатии США играет ведомство, которое контролирует все каналы информационного вещания США, Совет управляющих вещанием

**2.2. Совет Управляющих Вещанием (BBG)**

Совет управляющих вещанием (т.е. BBG) формально независимое агентство США, которое является ответственным за международное вещание под эгидой правительства.

Начиная с 1990 года все американские отделы по международному вещанию стали работать более тесно. В этом же году Информационное агентство США, которое являлось родителем VOA(Voice of America), создало Бюро вещания, соединившее в себе все три отдела – Голос Америки (VOA), Службы по всемирной сети телевидения и радио, Televisión Martí – при поддержке офиса по инженерно-техническим операциям.

В 1991 году Бюро создало отдел по партнерским отношениям и мониторингу аудитории для установления и поддержания сети радио- и телестанций по всему миру, которые будут транслировать программы VOA и WORLDNET.

Права международного вещания американского правительства были закреплены еще больше, когда президент Клинтон подписал 30 апреля 1994 года «Закон о международном телерадиовещании».[[56]](#footnote-56) Законодательством было официально учреждено Бюро международного вещания (IBB) в рамках Информационного агентства США (USIA), и создан Совет управляющих вещанием (BBG), с надзорными полномочиями в отношении всего американского международного невоенного телерадиовещания. BBG контролирует следующие независимые вещательные организации, которые в совокупности транслируются на 65 языках в более чем 125 странах по всему миру: Голос Америки (VOA), Alhurra, Радио Сава, Радио Фарда, Радио Свободная Европа / Радио Свобода (РСЕ / РС), Радио Свободная Азия (RFA), Радио Марти и ТВ Марти.

BBG регулярно запрашивает финансирование от Конгресса. Совет ежегодно представляет отчет, в котором они показывают, какие конкретные действия были проделаны. То, что было написано в 2011 году, включало в себя совершенствование потенциала глобальной спутниковой системы, создавая видеопрограммы Radio Free Asia и улучшение зоны покрытия радио Voice of America.[[57]](#footnote-57)

Во время спора о федеральном финансировании на 2011 год, президент США Барак Обама встал на сторону BBG, заявив, что организация будет «расширяться и иметь неограниченный доступ к информации в Интернете». Эта работа включает в себя компании по анти-цензуре в Китае и других странах с репрессивным режимом.[[58]](#footnote-58)

В 2011 году BBG получило 10 млн. от Конгресса, а их заявка на финансирование из бюджета на 2014 год составила 721,26 миллионов долларов.[[59]](#footnote-59) А в 2016 году они получили 752 миллиона долларов.[[60]](#footnote-60)

**2.3. Агентство США по международному развитию (USAID)**

USAID является независимым агентством федерального правительства США, созданное президентом Джон. Ф. Кеннеди в 1961 году. Агентство по международному развитию стремиться «протянуть руку помощи тем людям, которые борются за лучшую жизнь, которые стремиться оправиться от стихийных бедствий и тем, кто проявляет стремление жить в свободной демократической стране».[[61]](#footnote-61) Заявленные цели USAID включают в себя обеспечение «экономического развития и гуманитарной помощи по всему миру в поддержку целей внешней политики Соединенных Штатов».[[62]](#footnote-62) АМР работает в странах Африки, Азии и Ближнего Востока, Латинской Америки, Европ и Евразии.

USAID отличается способностью реализации программ в бедных странах путем децентрализованной сети полевых миссий. Данные программы служат таким целям, как:[[63]](#footnote-63)

* Помощь при стихийном бедствии.( Раньше предоставлялась после разрушений которые понесла страна во время войны и способствовала воcстановлению и реконструкции городов. Теперь она оказывается как после войны, так и после стихийного бедствия.)[[64]](#footnote-64)
* Помощь бедным и больным[[65]](#footnote-65)
* Техническое сотрудничество
* Социально-экономическое развитие[[66]](#footnote-66)
* Защита окружающей среды
* Развитие системы образования
* Создание политических партий и НПО
* Проведение выборов

Три последних пункта напрямую связаны с программами публичной дипломатии, поскольку именно они меняют политическую ситуацию в различных странах.

В Российской Федерации АМР США работало с 1992 по 2012 годы. По словам организации, «основными направлениями деятельности USAID являлись развитие экономики и демократии, здравоохранение, содействие в предотвращении конфликтов и предоставление экстренной гуманитарной помощи»[[67]](#footnote-67). Агентство сотрудничало как с органами государственной власти, так и с рядом негосударственных организаций[[68]](#footnote-68): «Московской Хельсинкской группой», Институтом Гайдара, ассоциацией «Голос», обществом «Мемориал», «Трансперенси Интернешнл», организацией инвалидов «Перспектива» и др. Также АМР участвовало в финансировании работы UNAIDS на территории РФ. За два десятилетия работы в России общая сумма всех проектов агентства составила около 2,7 млрд долл[[69]](#footnote-69)

Поддержка, которую оказывает USAID, делится на два принципиально разных способа. Техническая помощь, которая включает в себя консультации, обучение, стипендии, способствует «наращиванию потенциала» развивающейся страны. И противоположный способ это финансовая помощь развивающимся странам, для пополнения их бюджета.

**2.4. Цели публичной дипломатии США.**

Официальной целью американской публичной дипломатии является поддержание достижений внешнеполитических целей США, продвижение национальных интересов, укрепление национальной безопасности путем информирования и влияния иностранной общественности, а также расширение и укрепление отношений между обществом и правительством Соединенных Штатов и гражданами остальных стран мира.[[70]](#footnote-70)

Заместитель государственного секретаря по публичной дипломатии и связям с общественностью, расширил границы дипломатии Соединенных Штатов Америки до более глобального охвата, который включает в себя связь с международной аудиторией, культурные программы, научные гранты, образовательные обмены. Также, правительством США проводились меры по усилению противодействия терроризму.

За период с января до марта 2010 года США провели целенаправленный и дисциплинированный обзор текущего состояния публичной дипломатии и связям с общественностью в Государственном департаменте. В рамках обзора США определило пять стратегических целей:

* активно формировать глобальные нарративы,
* расширять и укреплять взаимоотношения между людьми,
* противостоять терроризму,
* более качественное информирование политиков,
* перераспределять ресурсы в стратегическом соответствии с изменения приоритетов.

Рассмотрим эти цели более подробно.

Во-первых, в этом насыщенном информационном поле, США планируют провести улучшенную работу по разработке национального нарратива, чтобы стать более активными. Так же укрепление связей на национальном, региональном и международном уровнях, чтобы информировать, вдохновлять и убеждать целевую аудиторию и противодействовать дезинформации. Америка работает со СМИ по всему миру для разработки и реализации основных планов по распространению положительной информации и мнения о США и быстрого реагирования на негативные настроения. В качестве примера могут служить Американские посольства, которые успешно изменили мнение о спасательных работах и ликвидации серьезных последствий трагического землетрясения на Гаити при своем участии. В целях высокого и скоординированного внимания зарубежных СМИ, в Америке была создана должность заместителя помощника государственного секретаря международной поддержки СМИ (Бюро по связям с общественностью).

Во-вторых, США расширяют и укрепляют взаимоотношения между людьми, основанные на взаимном доверии и уважении через государственные программы публичной дипломатии. В дополнении к успешной, растущей программе по обмену, идет расширение демографической базы, так же использование социальных сетей (Facebook, YouTube и Твиттер) для расширения целевой аудитории и для участия Америки, как в диалогах, так и в социальном интернет пространстве. Примером этого может служить выступление Президента в Гане в 2009 году, когда было использовано сочетание традиционных и новых средств массовой информации для активного взаимодействия с миллионами людьми по всей Африке. [[71]](#footnote-71)

Америка продолжает поддерживать программы, которые одновременно продвигают национальный интерес США и предлагают передовой опыт и навыки для целевой аудитории. Эти программы включают в себя расширенное преподавание английского языка и подготовки учителей, сотрудничество в области науки, технологий и предпринимательства, а также на предоставление женщинам опыта и навыков, необходимых для продвижения в обществе.[[72]](#footnote-72) Планируется возрождение Американских центров в качестве пространства для общественного участия. Они так же работают с организациями по всей стране, чтобы расширить культурные программы и продемонстрировать широту и глубину культурного наследия Америки.

В-третьих, США прикладывают усилия быстрого реагирования на террористические и экстремистские сообщения и противодействия распространению группировками дезинформации и вербовке новых сторонников. В Вашингтоне и в посольствах за рубежом, Америка активно использует новые и традиционные методы СМИ, направленные против дезинформации и защиты важных данных. Для этого США будет продолжать поддерживать и финансировать независимые радиостанций (VOA и т.д.), чтобы расширить сферу своего влияния, а также сотрудничать с партнерами для подготовки религиозных и светских лидеров в вопросах развития, здравоохранения и образования.

В-четвертых, США принимает меры к тому, чтобы их политики были осведомлены о позиции и мнении иностранной общественности. В силу этого была создана должность заместителя помощника государственного секретаря по публичной дипломатии в каждом из региональных бюро. Эти сотрудники будут нести ответственность за обеспечение и координирование инициатив по публичной дипломатии в своих регионах. Америка также укрепляет исследования и планирование возможностей опираться на ресурсы, Бюро разведки и исследований Государственного департамента, Совета управляющих вещанием, репортажи из центра открытых источников, и другие данные необходимые для предоставления информации.

Также, Америка предпринимает шаги для обеспечения стратегического распределения ресурсов в поддержку приоритетов внешней политики. Она будет излагать цель публичной дипломатии в принимающей стране, анализировать целевую аудиторию, средства постоянной и инновационной тактики для достижения этих целей, определить ресурсы, необходимые для успеха, и интегрировать реалистичные измерения эффективности. В Вашингтоне рассматривается каждый план, для обеспечения сравнения с глобальными целями и распределения государственных ресурсов публичной дипломатии в соответствии с текущими приоритетами.[[73]](#footnote-73)

**ГЛАВА 3**

**РУССКОЯЗЫЧНОЕ ОБЩЕСТВО В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ США**

Информационные проекты (пропаганда) всегда были частью публичной дипломатии США в отношении России. Однако начиная с 1990-х годов американское правительство отдавало предпочтение открытым программам обучения для подготовки лидеров партий, неправительственных организаций, бизнесменов и т.п. Очередная смена стратегии в этом направлении произошла в 2012–2013 гг., когда стало очевидно, что Россия обрела собственное информационное влияние в мире, в том числе в странах Восточной Европы и на постсоветском пространстве. Неожиданно для США Россия, наравне с Ираном и Китаем, вышла в лидеры по обеспечению мирового сообщества информацией. Кроме этого, РФ сумела эффективно воспользоваться разнообразием социальных сетей и создать несколько конкурентоспособных источников информации в защиту своих внешнеполитических интересов.

Подчеркнём, что 90% всей информации в мире, которая звучит на русском языке и предназначена для тех, кто понимает русский язык в США, Европе, в странах бывшего социалистического лагеря и СССР, а также в странах Ближнего Востока, контролируется Россией[[74]](#footnote-74). Особенно влияние Москвы на русскоязычное население стало заметным на фоне провальной работы таких форпостов американской информационной деятельности США как каналы «Свободная Европа», «Свобода» и «Голос Америки» в 2013–2014 гг. Из-за провалов в менеджменте, сокращения финансирования и отсутствия внятных стратегий работы с русскоязычным населением в странах бывшего социалистического лагеря в Европе и СССР, эти каналы потеряли значительную аудиторию и она перешла под влияние российских каналов[[75]](#footnote-75).В итоге к 2015–2016 гг. монополия США на распространение информации в мире пошатнулась, а русскоговорящее население в различных регионах оказалось потерянным для американского влияния.

Такое положение не устраивает ни правительство США, ни правительства стран Европы. Как заявил председатель Европейского фонда в поддержку демократии (European Endowment for Democracy), который сегодня заменил американский Национальный фонд в поддержку демократии по реализации проектов в России, «русский язык принадлежит не только России или Путину»[[76]](#footnote-76). США и страны Восточной Европы осознали значение русского языка в информационном противостоянии с Россией. Внимание русскоязычной аудитории к международному вещанию Москвы может повлиять на политическое развитие многих государств, распложенных вокруг России. Ни США, ни Европа не хотели бы рассматривать такой сценарий, как сближение государств – бывших республик СССР с Россией.

В итоге, русскоязычное население стран бывшего СССР и Восточной Европы оказалось новым полем борьбы между Западом и Россией.Расширение целевой русскоязычной аудитории в международном вещании США и начиная с 2015 г. поворот слушателей или зрителей российских каналов в сторону альтернативных американских каналов являются основными задачами в американской пропагандистской деятельности.[[77]](#footnote-77) Конгресс обязал внешнеполитические ведомства остановить в 2016–2018 гг. российскую пропаганду в странах Восточной Европы и на всём пространстве Евразии[[78]](#footnote-78).

Более того, поддержка оппозиционных активистов гражданского общества, журналистов и блоггеров в России является дополнительным направлением в публичной дипломатии США. Если в 2001–2012 гг. США развивали так называемый «социальный активизм» посредством открытой поддержки российских неправительственных организаций, то после закрытия деятельности Агентства международного развития и таких ресурсных центров США, как Международный республиканский институт (International Republican Institute), Национальный демократический институт (National Democratic Institute), Национальный фонд в поддержку демократии (National Endowment for Democracy), стратегия взаимодействия между российскими политическими активистами и правительством США серьёзно видоизменилась, но не исчезла из повестки публичной дипломатии США, несмотря на все препятствия со стороны России.[[79]](#footnote-79)

Новым императивом американской публичной дипломатии США начиная с 2015 г. стало взаимодействие с российскими активистами в близлежащих странах и через интернет. После того как президент Б. Обама объявил стратегию о поддержке гражданского общества (Stand with Civil Society) в России, Китае и Иране, российское направление публичной дипломатии Вашингтона стало обзаводиться новыми механизмами продвижения влияния и в первую очередь начал создаваться пул активистов для скрытого взаимодействия в странах, расположенных рядом с Россией.[[80]](#footnote-80) Американские эксперты, которым удалось реализовать не один проект по продвижению демократии в 1990-е годы в России, успешно провели через Белый дом идею о формировании нового поколения оппозиционеров в России, наподобие диссидентов периода «холодной войны». По их мнению, это поколение могло бы эффективно поддерживаться в его скрытой форме борьбы против властей со стороны США при наличии региональных организаций и координации через сеть интернет.[[81]](#footnote-81)

В документах американского правительства уже просматривается новая модель взаимодействия между правительством США и гражданами РФ, а также стратегия работы в России в последующие годы начиная с 2016 г. Госдепартамент, а точнее его отдел по продвижению демократии и прав человека (The Bureau of Democracy, Human Rights and Labor), обозначил список стран, которые будут выступать посредниками между правительством США и российскими активистами всех направлений. В странах Восточной Европы или в бывших республиках СССР создаются так называемые «региональные хабы» (regional hubs), которые будут взаимодействовать с неправительственными организациями в России. Наконец, особые и малоизвестные виртуальные организации будут оказывать финансовую помощь российским политикам, учёным, активистам так называемого гражданского общества, журналистам или блоггерам, которые оказались под политическим давлением, а также представителям ЛГБТ.

Посредством расширения присутствия США в российском сегменте интернета (RuNet) и посредством использования антицензурных программ эти группы российского общества получат поддержку правительства США в области безопасного общения в сети.[[82]](#footnote-82) Стоит упомянуть, что частью этой цифровой дипломатии США стала такая целевая аудитория, как непрофессиональные российские интернет-журналисты. Увеличение числа граждан, занимающихся самостоятельной журналистикой в сети Интернет, обозначено как одна из задач в новой стратегии информационной политики США в отношении России.

Многие положения данной стратегии уже стали реализовываться и должны заработать в России на полную мощность в 2016–2017 гг.[[83]](#footnote-83) Сегодня можно говорить о наличии двух компонентов публичной дипломатии США, которые направлены на русскоязычное население и Россию. Первое направление – это пропаганда, направленная против Москвы и нацеленная на тех, кто понимает русский язык, на широком пространстве Евразии через традиционные каналы международного вещания (радио и телевидение) и цифровые каналы (социальные сети). Второе направление – это поддержка и мобилизация политических активистов, оппозиционеров, блоггеров и интернет-журналистов внутри самой России посредством новых способов взаимодействия с ними при помощи скрытой работы в социальных сетях и проведения обучения в странах, близлежащих с Россией.

Финансовые показатели публичной дипломатии США свидетельствуют о том, что такие направления деятельности США в России, как поддержка политических оппозиционеров и пропаганда усилились (прил. 1). В законе о финансировании внешнеполитической деятельности США, а также ряде дополнительных законов о публичной дипломатии, нет точного указания финансирования проектов, направляемых в Россию. Законы указывают только программы и список приоритетных стран, между которыми распределяются эти деньги. Распределение ассигнований по странам осуществляют отделы Госдепартамента и Агентства международного развития.

Указанные в прил. 1. суммы – не окончательные, но из них видно, что в 2016 г. США увеличили финансирование проектов по развитию демократии и гражданского общества. Общая сумма затрат в бюджете 2016 г. на помощь активистам, поддержку неправительственных организаций и пр. составляет более 2,3 млрд. долл. На Россию могут быть потрачены любые средства из этой статьи расходов в зависимости от ситуации. Начиная с бюджета 2015 г., Россия указана как страна, в которой Конгресс США запрещает передавать деньги центральному правительству, но позволяет – политическим активистам и Интернет-блоггерам.[[84]](#footnote-84) Отдельным законом о свободе Украины Конгресс выделяет дополнительные 30 млн. долл. на ежегодную поддержку неправительственных организаций и осуществления пропаганды в России. Причём временной промежуток действия закона – это 2015–2018 годы.[[85]](#footnote-85)

Завершая первую часть статьи, определим изменения в ведомствах, которые отвечают за выполнение проектов публичной дипломатии США в России. Такие ведомства внешней политики США, как отдел по продвижению демократии и прав человека Госдепартамента и отдел по демократии, конфликтам и гуманитарной помощи при Агентстве международного развития, сегодня отвечают за мобилизацию и поддержку неправительственных организаций и политических активистов в России. Отдел антицензуры при Управлении международным вещанием США отвечает за обеспечение безопасного взаимодействия с оппозиционными блоггерами в России. Такие теле- и радиоканалы, осуществляющие пропаганду на русском языке или на языках бывшего СССР, как «Голос Америки» и «Радио Свобода/Свободная Европа» отвечают за влияние на русскоязычных слушателей, зрителей и читателей социальных сетей.

Первые результаты этих направлений новой публичной дипломатии США стали появляться к началу 2016 г. Это расширение пропаганды на русском языке для жителей стран Восточной Европы и постсоветского пространства, создание оппозиционного движения внутри России.

**3.1 Расширение пропаганды на русском языке**

Основным принципом работы информационных программ США является дискредитация российской интерпретации событий в мире.[[86]](#footnote-86) Любая информация, распространяемая российскими каналами международного вещания, называется ложной и пропагандистской, и против неё США выдвигают свою интерпретацию событий в мире на русском языке. Более того, дискредитация политических лидеров России и её элиты России по традиционным каналам вещания и социальным сетям как внутри России, так и за её пределами, является ещё одним подходом в американской пропагандистской деятельности.[[87]](#footnote-87)

Для реализации этих подходов теле- и радиоканалы «Голос Америки» и «Радио Свобода/Свободная Европа» в 2015 г. развернули дополнительно 35 программ на русском языке для жителей постсоветского пространства. Американские каналы вещания в Молдавии, Киргизии, Грузии, Армении, Азербайджане и на Украине получили дополнительные часы вещания. Семнадцать языков стали языками международного вещания США. К традиционным языкам вещания добавились аварский, чеченский, белорусский, черкесский, язык крымских татар, казахский и др. Носители этих языков стали ведущими целевыми аудиториями в американской информационной деятельности на территории Евразии.[[88]](#footnote-88) Однако американским каналам пока не удалось вывести страны постсоветского пространства на ведущие позиции по числу слушателей или зрителей каналов международного вещания США, кроме Украины. Сегодня каждый пятый украинец является слушателем или зрителем украинской службы «Голос Америки».[[89]](#footnote-89)

Расширению круга потребителей американской информации способствует известный маркетинговый подход международного вещания США: поиск местных каналов, которые по договору с США используют информацию таких американских каналов как «Голос Америки» или «Радио Свобода/Свободная Европа». Например, если в России только 2–3 канала используют информацию американских радиостанций в своём эфире, то на территории Украины около 120 каналов имеют такие договоры с США, а на территории постсоветских государств Средней Азии – около 500. Причём большинство среднеазиатских каналов значительно увеличат число передач на русском языке в 2016–2018 годах.

Многие страны – бывшие республики СССР под влиянием Вашингтона и при его финансовой поддержке стали создавать дополнительные русскоязычные каналы вещания, чтобы повернуть тех, кто слушает или смотрит российские каналы международного вещания, в сторону альтернативной информации на русском языке. По такому пути сегодня идут Эстония, Литва и Латвия.Кроме этого, для «захвата» русскоязычного медийного сегмента в странах Восточной Европы правительство США подключило и некоторые американские развлекательные каналы. Например, телеканал PBS переводит на русский язык многие свои передачи для трансляции на Украине, в Литве и Эстонии.[[90]](#footnote-90)

В самой России американские каналы международного вещания, не имеющие традиционных выходов на российские телевидение и радио, полностью сконцентрировались на трансляции передач внутри сети интернет. Социальные сети стали одним-единственным инструментом доступа к российской публике. Основная опора и надежда возлагается на цифровой канал под названием «Настоящее время» (Current Time TV). Канал был создан на интернет-платформе радиостанции «Голос Америки» и представляет собой американскую интерпретацию российских новостей. Такие программы как «Итоги», «Неделя» и др. имеют мобильное приложение и предоставляют альтернативный взгляд на все события, информацию о которых российские граждане получают из российского телевидения.[[91]](#footnote-91) По оценкам американских специалистов, передачи данного канала еженедельно смотрят около 2 млн. российских граждан, а основная аудитория – это молодёжь от 15 до 24 лет.Однако тот факт, что до сих пор в России и в мире в целом более популярно традиционное телевидение, а не просмотр телевизионных каналов в сети, свидетельствует не в пользу данной американской деятельности. [[92]](#footnote-92)

В 2016-2017 гг. в полном масштабе должен заработать новый проект цифровой дипломатии США в России под названием DIGIM. Это рамочное название для нескольких интернет-проектов, сформированных на площадке радиостанции «Радио Свобода/Свободная Европа». Первый проект под названием Footage vs. Footage (видеозапись против видеозаписи) представляет собой профессиональное создание видеороликов, которые предлагают альтернативное понимание российских новостей. Ролики будут формироваться после выхода в эфир новостных программ на российском телевидении и мгновенно распространяться среди российских потребителей социальных сетей. Второй проект из серии цифровой дипломатии США в России – это увеличение числа непрофессиональных журналистов в России, которые самостоятельно производят и выкладывают в сеть новости и события. Для таких интернет-журналистов уже разработаны особые мобильные приложения, которые позволяют при помощи телефонов и смартфонов моментально публиковать репортажи и видеоролики о происходящих событиях в стране на сайтах американских каналов. Например, радиостанция «Радио Свобода/Свободная Европа» создала очень популярное приложение под названием PangeaGo. Оно позволяет интернет-журналистам быстро создавать ролики и текст и распространять их по социальным сетям.[[93]](#footnote-93)

К пропагандистской деятельности, направленной на русскоязычное население, присоединилось и Министерство обороны США. Реформированная структура по ведению психологической войны, которая сегодня называется «Операции в поддержку военной информации» (Military Information Support Operations), в 2016 г. запускает в Европе проект для осуществления информационных кампаний как на местных телевизионных каналах, так и в сети против информации, исходящей из России.[[94]](#footnote-94) А при НАТО создаются исследовательские центры, которые осуществляют мониторинг российской информационной деятельности и готовят ответные информационные кампании. Первый такой центр открылся при штабе НАТО в Риге.[[95]](#footnote-95) Публикация буклетов о принципах работы российской информационной деятельности является первым результатом функционирования таких центров.

Россия, наряду с Китаем и Ираном, стала приоритетной страной, в которой США распространяют компьютерные программы и приложения для мобильных телефонов, позволяющие политическим активистам скрывать свою деятельность в сети, переписку и контакты. Основным разработчиком таких программ является отдел антицензуры при Управлении международным вещанием в США. Специалисты отдела разработали подобные программы на 200 языках, включая все известные языки Евразии. В отчётах данного отдела за 2015 г. Россия впервые указана как страна, для которой были специально подготовлены антицензурные приложения на платформе андроид (Android) и, частично, айОС (iOS). Самым эффективным для сокрытия своей деятельности в Интернете, по мнению американских экспертов, является программа «Сайфон» (Psiphon), которая заменяет аналогичные прежние «Тор» и «Ультрасёрф» (Tor, Ultrasurf).[[96]](#footnote-96) Кроме этого, в 2015 г. запущено мобильное приложение «Текстсекьюр» (TextSecure), позволяющее скрывать содержание SMS/MMS-сообщений.[[97]](#footnote-97) Несомненно, использование данных инструментов создаёт условия для успешной работы организаций и активистов, которые получают финансирование от правительства США.

**3.2 Поддержка оппозиционных активистов внутри России**

Новым толчком к мобилизации политических оппозиционных активистовв России стала встреча президента Б. Обамы с российскими лидерами неправительственных организаций в 2013 г., в Санкт-Петербурге. Буквально через несколько дней после этой встречи была опубликована доктрина Обамы по поддержке оппозиции, меньшинств и борцов с властью в таких странах, как Иран, Китай, Куба и Россия. На упомянутой встрече Барак Обама пообещал всестороннюю поддержку активистам, несмотря на все ограничения работы американских организаций в России.[[98]](#footnote-98) В феврале 2015 г. госсекретарь Дж. Керри провёл расширенную встречу с активистами из стран постсоветского пространства в Белграде. Приглашённые представители из российских организаций «Мемориал», «Сова», «Агентура.ру», «Фридом файлз» (Freedom Files) и др., а также неправительственных организаций из Армении, Беларуси, Туркменистана, Казахстана, Украины и Азербайджана разработали рекомендации о способах поддержки активистов в России через американских и европейских фондов.[[99]](#footnote-99) В итоге взаимодействие с российскими активистами и правительством США в сети и на территории нейтральных государств стали новыми моделями такого взаимодействия на период до 2018 года.

Самый важный инструментом в этом направлении – деятельность отдела по продвижению демократии и прав человека Госдепартамента США, который превратился в центр формирования, финансирования и мониторинга проектов в России. При отделе создан особый Фонд прав человека и демократии (Human Rights and Democracy Fund), который, как свидетельствуют документы, аккумулирует правительственные и неправительственные средства и представляет собой эффективное средство для проникновения в такие страны, как Китай, Куба, Иран и Россия. Этот фонд получает финансовые средства от правительства США, которое выделило ему 150,5 млн. долл. на 2016 г. на поддержку политических проектов в указанных странах, что в 2 раза выше, чем в 2014 и 2015 гг.[[100]](#footnote-100) Фонд имеет также право получать финансовые средства от правительств зарубежных стран и различных международных организаций. Правительства европейских стран, а также американские фонды, которые лишились своего представительства в России, инвестируют миллионы долларов на мобилизацию оппозиционной политической активности россиян. Огромная часть бюджета данного фонда уходит на создание компьютерных программ, а также мобильных приложений, которые способствуют скрытой деятельности российских активистов и блоггеров в сети интернет.

В своих официальных документах отдел и фонд указывают, что основными получателями поддержки со стороны США являются представители ЛГБТ, религиозные и этнические меньшинства, которым угрожает опасность на территории таких государств, как Россия, Китай и Иран.[[101]](#footnote-101) Еще два-три года назад правительственные документы США в области публичной дипломатии не указывали эти группы населения как приоритетные. Обычно целевой аудиторией публичной дипломатии США в России были политические партии и неправительственные организации, наблюдатели на выборах или социальные активисты. Сегодня США заменили стратегию по продвижению выборов, созданию партий и взращиванию либеральных политиков на стратегию по долгосрочному культивированию либеральных ценностей, которые поддерживаются частью российского общества, права человека и свобода сексуальных меньшинств.

Другое направление деятельности США – это оказание финансовой, медицинской или моральной помощи тем гражданским активистам, которые испытают политическое давление в России. С 2012–2013 гг. при Госдепартаменте работает организация под названием «Спасательный круг: Фонд помощи организациям гражданского общества, находящимся под угрозой» (Lifeline: Embattled Civil Society Organizations Assistance Fund). Аккумулируя деньги правительств различных стран и организаций, фонд передает ресурсы тем гражданам, которые оказались в опасности по политическим мотивам. Самыми активными инвесторами являются государства, расположенные около России, например Эстония, Швеция, Германия, Чехия, или те организации, которые ушли из России после принятия ряда законов 2011–2012 гг., например, ЦИВИКУС, «Фридом хаус», Фонд Форда, Фонд МакАртура, Фонд «Открытое общество» (CIVICUS, Freedom House, Ford Foundation, MacArthur Foundation, Open Society Foundation) и ряд других. Идея использовать европейские фонды принадлежит США, которые полагают, что в данном политическом контексте самый выгодный способ финансирования российских диссидентов – это поддержка мелких организаций и проектов, мало заметных для органов безопасности в России. А европейские фонды и организации, которые почти не пострадали от российских законов 2011–2012 гг., продолжают работать в России.

Госдепартамент, получая средства от этих организаций, передаёт их малоизвестным фондам, которые оказывают поддержку активистам из России. Например, неправительственная организация «Цифровые защитники» (Digital Defenders)оказывает помощь в обеспечении компьютерной грамотности по вопросам ведения скрытой переписки.[[102]](#footnote-102) Другая организация – «Защитники с передовой» (Front Line Defenders) – оказывает помощь правозащитникам в РФ. Самой активной организацией является чешский фонд «Люди в беде» (People in Need), который активно помогает политическим оппозиционерам в России с 2009 г. Известный в России американский фонд «Фридом хаус» передаёт свои средства европейским организациям, например фонду под названием «Защитники прав человека в Европейском Союзе» (European Union Human Rights Defenders), которые оказывают финансовую, образовательную и политическую помощь активистам в России. Сегодня имеется около 20 таких организаций.[[103]](#footnote-103)

Часть финансовых средств, которые аккумулируются в фондах Госдепартамента, направлена на создание так называемых региональных хабов – организаций, которые могут беспрепятственно или без подозрений со стороны российских властей работать с неправительственными организациями или отдельными активистами в России. В 2015–2018 гг. планируется создать шесть таких хабов, и первый уже создан в Праге. Этот «Пражский центр гражданского общества» (Prague civil society centre), созданный при поддержке правительства США, начал свою работу в 2015 г. Однако реальная работа с российскими активистами намечена на 2016–2018 годы.[[104]](#footnote-104)

Приведём ещё несколько примеров реализации указанной стратегии США по взаимодействию с российскими оппозиционерами на условиях ограниченного доступа к последним внутри России. В 2015 г. заработали проекты по взаимодействию западных фондов с российскими активистами на платформах различных организаций в Эстонии, Латвии и в других странах постсоветского пространства.

Например, в Киргизии был успешно осуществлён известный проект правительства США под названием «Техкэмп» (TechCamp), который собрал более 50 неправительственных организаций со всей Евразии. Основная задача, поставленнная перед активистами, – умножение русскоязычных проектов в социальных сетях, распространение информации и мобилизация русскоязычных граждан. Обучение на семинаре проводилось на русском языке, что в 2013–2014 гг. было редкостью для американских семинаров.

Подобный семинар для русскоязычных журналистов был проведён и в Риге. На нём присутствовал заместитель госсекретаря по публичной дипломатии Р. Стенгель, что свидетельствует о значимости этого компонента для внешней политики США. Участники семинара изучали такие вопросы, как создание сети «народных журналистов», публикующих новости на русском языке в странах Восточной Европы и постсоветского пространства, использование особого компьютерного приложения для получения данных об источниках той или иной новости, идущей из России по социальным сетям. Другими словами, американское правительство перешло на новый уровень подготовки массового журнализма в России.[[105]](#footnote-105) Не только создание антипропаганды в противовес российской, но и овладение способами метрического анализа социальных сетей для более эффективного распространения информации по тем или иным кластерам интернета является новым подходом американского правительства при работе с интернет-журналистами и блоггерами в России.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Имеющиеся открытые документы правительства США позволяют сделать несколько выводов о том, как будет развиваться публичная дипломатия США в России и в отношении русскоговорящего мира в последующие два-три года.

Во-первых, США активизировали и будут только увеличивать информационное давление на русскоязычное население, проживающее в странах Восточной Европы и на постсоветском пространстве. Как и в годы «холодной войны», канал международного вещания – «Радио Свобода/Свободная Европа» – вернул себе место центрального игрока в информационном противостоянии с Россией. Именно на базе этого канала создаётся большинство новых Интернет-проектов, цифровое телевидение и проводятся семинары для оппозиционно настроенных россиян.

Во-вторых, поддержка оппозиционного движения – ещё одна задача правительства США в России начиная с 2013 г. В этой стратегии такие новые целевые категории граждан, как ЛГБТ, интернет-журналисты, блоггеры, жертвы политического давления и религиозные меньшинства, а также просто активные граждане России останутся получателями американской финансовой помощи в области продвижения демократии и прав человека. Использование фондов помощи активистам в кризисных ситуациях и их обучение в странах постсоветского пространства и Восточной Европы является новым механизмом развития движения недовольных и протестующих в России.

В-третьих, резкий переход от открытой деятельности в России к почти секретным проектам, идущим через интернет и региональные хабы, свидетельствует о том, что правительство США готовит российских активистов к перспективе существования в условиях политического давления и ограничения доступа к сети интернет, как минимум, до 2018 г. Большинство проектов направлено на распространение продуктов антицензурного содержания среди целевой аудитории.

В итоге, можно подчеркнуть, что несмотря на политику российского правительства в отношении политически ангажированных американских организаций в России, США нашли новые способы доступа и влияния на российских активистов и граждан, которые будут работать до 2018 года.

**ПРИЛОЖЕНИЯ**

ПРИЛОЖЕНИЕ №1
Госрасходы США на публичную дипломатию, развитие демократии и пропаганды, в которых Россия указана как приоритетная страна, 2013–2016 гг. (млн. долл.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Направления публичной дипломатии США** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** |
| Программы по развитию демократии и гражданского общества | 232 | 165,5 | 165,5 | 310,5 |
| Дополнительные программы поддержки демократии и пропаганды в странах Восточной Европы и постсоветского пространства | - | - | - | 492 |
| Дополнительное финансирование гражданских активистов и программ пропаганды в России | - | - | - | 30 |
| Программы пропаганды | 740 | 721 | 727 | 734 |
| Проекты по созданию «безопасного» интернета, антицензурных программ и приложений | - | 75,5 | 68 | 65,5 |

**СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ**

**Источники**

1. BBG// Fiscal Year 2012 Budget Request // [http://www.bbg.gov/wp-content/media/2011/12/bbg\_fy12\_budget\_request.pdf //](http://www.bbg.gov/wp-content/media/2011/12/bbg_fy12_budget_request.pdf%20%20//) 07.04.2016
2. Broadcasting Board of Governors. Internet Anti-Censorship, 2015. Available at: http://www.bbg.gov/wp-content/media/2015/04/Anti-Censorship-Fact-Sheet-10182015.pdf (03.04.2016).
3. Broadcasting Board of Governors. Performance and Accountability Report, 2014. Available at http://www.bbg.gov/wp-content/media/2014/12/FY-2014-BBG-PAR\_AccessibleVersion.pdf (03.04.2016).
4. Broadcasting Board of Governors. Performance and Accountability Report, 2015. Available at http://www.bbg.gov/wp-content/media/2015/11/BBG-FY2015-PAR.pdf (03.04.2016).
5. Consolidated and Further Continuing Appropriations Act, 2013. PL 113–6. Available at: <https://www.congress.gov/113/plaws/publ6/PLAW-113publ6.pdf>
6. Consolidated and Further Continuing Appropriations Act, 2015. PL 113–235. Available at: https://www.congress.gov/113/plaws/publ235/PLAW-113publ235.pdf (03.04.2016).
7. Consolidated and Further Continuing Appropriations Act, 2016. PL 114-113. Available at: https://www.congress.gov/114/plaws/publ113/PLAW-114publ113.pdf (03.04.2016).
8. Consolidated Appropriations Act, 2012. PL 112–74. Available at: https://www.congress.gov/112/plaws/publ74/PLAW-112publ74.pdf
9. Consolidated Appropriations Act, 2014. PL 113–76. Available at: https://www.congress.gov/113/plaws/publ76/PLAW-113publ76.pdf ( 03.04.2016).
10. Countering Adversarial Propaganda: Charting an Effective Course in the Contested Information Environment. Hearings before Subcommittee on Emerging Threats and Capabilities. Armed Services Committee. The House of Representatives, U.S. Congress, 22.10.2015. Available at: <http://docs.house.gov/Committee/Calendar/ByEvent.aspx?EventID=104086> (03.04.2016).
11. Diplomacy in action// Department of State Publication// Revised // http://www.state.gov/documents/organization/46839.pdf // 02.10.2016
12. Emergency Assistance for Activists & Scholars. Available at: http://www.icanpeacework.org/emergency-assistance-for-activists-scholars/ (03.04.2016).
13. Foreign Assistance: USAID Signature Tsunami Reconstruction Efforts in Indonesia and Sri Lanka Exceed Initial Cost and Schedule Estimates, and Face Further Risks: GAO-07-357// GAO Reports. 08.03.2016
14. Global Health: USAID Supported a Wide Range of Child and Maternal Health Activities, but Lacked Detailed Spending Data and a Proven Method for Sharing Best Practices: GAO-07-486.// GAO Reports. 08.03.2016
15. Gootnick, David //Foreign Assistance: USAID's Cash Transfer Program in Egypt Supports Economic Reform Activities, but Various Factors Have Limited Its Influence: GAO-05-731.// GAO Reports. 07.04.2016
16. Gootnick, David// Foreign Assistance: USAID Has Begun Tsunami Reconstruction in Indonesia and Sri Lanka, but Key Projects May Exceed Initial Cost and Schedule Estimates: GAO-06-488// GAO Reports. 07.04.2016
17. Inspection of U.S. International Broadcasting to Russia. Office of Inspector General, 2013. Available at: https://oig.state.gov/system/files/217908.pdf (03.04.2016).
18. Interview with the European Endowment for Democracy’s Executive Director J. Pomianowski. Latvian Public TV, 28.05.2015, Available at: https://www.democracyendowment.eu/news/russian-language-doesnt-belong-only-to-russia-or-putin/ (03.04.2016).
19. Judith A. McHale //Public Diplomacy: A National Security Imperative// //http://www.state.gov/r/remarks/2009/124640.htm// 11.04.2016
20. Judith A. McHale// Future of U.S. Public Diplomacy// http://www.state.gov/r/remarks/2010/138283.htm// 11.04.2016
21. Lifeline: Embattled CSOs Assistance Fund. 23.09.2013. Available at: http://iipdigital.usembassy.gov/st/english/texttrans/2013/09/20130923283384.html#axzz3vuLGHiej (03.04.2016).
22. NATO Strategic Communication Centre of Excellence. Available at: http://www.stratcomcoe.org/online\_library (03.04.2016).
23. Options for Reforming U.S. Overseas Broadcasting. Hearings before U.S. Senate Committee on Foreign Relations, U.S. Congress, 17.11.2015. Available at: http://www.foreign.senate.gov/hearings/options-for-reforming-us-overseas-broadcasting-111715 (03.04.2016).
24. Outcome Documents of the OSCE Parallel Civil Society Conference Belgrade. December 2015. Available at: http://www.civicsolidarity.org/article/1143/osce-parallel-civil-society-conference-took-place-belgrade (03.04.2016).
25. PangeaGo. Available at: http://www.pangea-cms.com/#intro-2 (03.04.2016).
26. Prague Civil Society Centre. Available at: http://praguecivilsociety.org (03.04.2016).
27. Presidential Memorandum – Civil Society. 23.09.2014. Available at: https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/09/23/presidential-memorandum-civil-society (03.04.2016).
28. Public Diplomacy in Action// USAID// [http://www.usaid.gov/about\_usaid/PDACG100.pdf //](http://www.usaid.gov/about_usaid/PDACG100.pdf%20//) 22.06.2016
29. Public Diplomacy: Strengthening U. S. Engagement with the World. A Strategic Approach for the 21st Century, 2010,// URL http://www.carlisle.army.mil/DIME/documents/Public %20Diplomacy %20US %20 World %20Engagement.pdf
30. Putin’s Invasion of Ukraine and the Propaganda that Threatens Europe. Hearings before U.S. Senate Committee on Foreign Relations, U.S. Congress. 3.11.2015. Available at: http://www.foreign.senate.gov/hearings/putins-invasion-of-ukraine-and-the-propaganda-that-threatens-europe-110315p (03.04.2016).

Review of Resources, Priorities and Programs in the FY 2016 State Department Budget Request. Hearings before U.S. Senate Committee on Foreign Relations, U.S. Congress, 05.05.2015. Available at: <http://www.foreign.senate.gov/hearings/review-of-resources-priorities-and-programs-in-the-fy-2016-state-department-budget-request-050515> (03.04.2016).

Russian Civil Society Leaders Inspire. 11.09.2013. Available at: https://www.whitehouse.gov/blog/2013/09/11/russian-civil-society-leaders-inspire (03.04.2016).

1. Stephen McInerney//"The Federal Budget and Appropriations for Fiscal Year 2010,Democracy, Governance, and Human Rights In The Middle East,July 2009, p. 11.// 22.06.2016
2. Strategic Plan of the Department of State and United States Agency for International Development, 2014–2017. Available at: http://www.state.gov/s/d/rm/rls/dosstrat/2014/ (03.04.2016).
3. TechCamp Kyrgyzstan, 2014. Available at: http://techcampglobal.org/techcamp-kyrgyzstan-connecting-russian-speaking-communities/ (03.04.2016).
4. TechCamp Latvia, 2015. Available: http://techcampglobal.org/?s=riga (03.04.2016).
5. Thomas Carothers// “A Better Way to Support Middle East Reform,” Carnegie Endowment for International Peace, Policy Brief 33, February 2005, p. 2.// 22.06.2015
6. Ukraine Freedom Support Act of 2014. PL 113–272. Available at: https://www.congress.gov/113/plaws/publ272/PLAW-113publ272.pdf (03.04.2016).
7. Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs <http://www.state.gov/r/> // 07.04.2016
8. United States Agency for International Development (2009). "USAID: Frequently Asked Questions". United States Agency for International Development. Retrieved 30 August 2010.
9. United States Assistance to Promote Freedom and Democracy in Countries with Repressive Environments. Hearings before the Committee on Appropriations. Subcommittee of State, Foreign Operations, and Related Programs. The House of Representatives, U.S. Congress, 26.02.2014. Available at: http://docs.house.gov/Committee/Calendar/ByEvent.aspx?EventID=101772 (03.04.2016).
10. William S. Murphy // Audit Of Usaid/Afghanistan3s Building Education Support Systems For Teachers Project // Office Of Inspector General// 09.01.2016
11. Барак Обама: Африка оказывает влияние на весь мир // http://www.bbc.co.uk/russian/international/2009/07/090710\_obama\_ghana.shtml// 11.04.2015

Настоящее время [Current Time TV]. Available at: http://www.currenttime.tv/ ( 03.04.2016).

**Литература**

1. Anholt S. //Public Diplomacy and Place Branding: Where’s the link? // Place Branding. Vol.2.2006. P.271-275
2. Arndt R. //The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century. Dulles, Va.: Potomac Books Inc., 2005.
3. Berman E.H.// The Influence of the Carnegie, Ford and Rockefeller on American Foreign Policy: The Ideology of
4. Chittick W O.// State Department, Press, and Pressure Groups: a Role Analysis/ W.O. Chittick.- New York: Wiley Interscience, 1970 P. 373.
5. Clarke D.L. //American Defense and Foreign Policy Institutions: Toward a Sound Foundation/D.L. Clarke-N.Y.: Harper & Row, 1989.- 272 p.
6. Coniff B.// New Directions in U.S. International Broadcasting // Foreign Service Journal. January 2004 // URL: http://www.afsa.org/fsj/jan04/conniff.pdf.
7. Cowan G, Arsenault A.// Moving from Monologue to Dialogue to Collabration: The Three Layers of Public Diplomacy // Annals of the American Academy of Political and Social Science. March 2008.№ 616. P. 10-30.
8. Gilboa E. //Searching a Theory Public for of Diplomacy // Annals of the American Academy of Political and Social Science. March 2008. Vol. 616. P.55-77.
9. Greel G. //How Advertisev America. N.Y.: Arno Press, 1972.
10. Hoffman D.// Beyond Public Diplomacy // Foreign Affairs. March 2002. Vol.81. №2. P.83-95.
11. Nye J. //Soft Power: The Means of Success in World Politics. N.Y.: Public Affairs Press, 2004
12. Philanthropy. N.Y.//: State University of NYP, 1993.
13. Rawnsley G.D.// Radio Diplomacy and Propaganda: The BBC and VOA in International Politics,1956-1964. London:Macmilan, 1996. N.Y.:St.Martin’s,1996
14. Rockman B.A.// America's Departments of State: Irregular and Regular Syndromes of Policy Making / B.A. Rockman// American Political Science Review.- #75.- 1981.
15. Rosenberg E.// Spreading the American Dream: American Economical and Cultural Expansion, 1890-1945. N.Y.: Hill&Wang, 1982.
16. Rubin B.// Secrets of State: The State Department and the Struggle Over U.S. Foreign Policy/ B. Rubin.- N.Y.:: Oxford University Press, 1987.- 352 p.
17. Rubin R.I.// The Objectives of the U.S. Information Agency: Controversies and Analysis/ R.I. Rubin.- New York: Praeger, 1968.- 251 p.
18. Rugh W. A.// Broadcasting and American Public Diplomacy // Transnational Broadcasting Studies. Spring 2005. Vol.14.
19. Rugh W.// Engaging the Arab and Islamic Worlds Through Public Diplomacy. Wash. DC: Public Diplomacy Council, 2004.
20. Tuch H.N.// Communicating with the World: U.S. Public Diplomacy Overseas/ H.N. Tuch. New York: St. Martin's, 1990. - P. 16.
21. Woods A. //Development and the National Interest: U.S. Economic Assistance into the 21st Century/ A. Woods.- AID., 1989.
22. Zaharna R.S.// Battles to Bridges: US Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11.// Basingstoke: Palgrave Macmillan,// 2010, 256 p
23. Боголюбова Н.М.// Культурный Обмен В Системе Международных Отношений Учеб. пособие / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева; С.-Петерб. гос. ун-т. Фак. междунар. отношений. СПб., 2003.
24. Давыдов Ю.П.// «Жесткая» и «мягкая» сила в международных отношениях // США-Канада: Экономика, политика, культура. Январь 2007. №1. С. 3-24.
25. Караганов С.// Россия и мир. Новая эпоха. 12 лет, которые могут все изменить / Под ред. С.А. Караганова. М.: АСТ/ ИД Русь-Олимп, 2008
26. Манжулина О.А.// Развитие современной публичной дипломатии США // Современные США: тенденции внутренней и внешней политики / Отв. Ред. Ю.Г. Акимов. СПб.:Изд-во СпбГУ, 2007.
27. Рosz G., Janigian В., Jun J. Redesigning//. U.S. Foreign AidIG. Posz, B.Janigian, J. Jun// SAIS Rewiew.- 1994.
28. Цветкова Н.А. //Публичная Дипломатия Сша: Теории И Концепции; Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 4-1 (54). С. 186-189.

Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США в России: от «демократизации» к развитию «социального активизма» // USА Canada: Economics, Politics, Culture, 2012, No 10, p. 37-46].

1. Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США: от «мягкой силы» к «диалоговой пропаганде» // Международные процессы, 2015, т. 13, № 3, с. 121–133 [Tsvetkova N.A. U.S. Public Diplomacy; From Soft Power to Propaganda // International Processes, 2015, vol. 13, No. 3, p. 121-133].
2. Ширяев Б.А. //Внешняя политика США. Спб.: Изд-во СпбГУ, 2007. С. 236-271. (Лекция 15: « Мягкая сила как метод внешней политики США»).
1. Цветкова Н.А. Публичная Дипломатия США: Теории И Концепции// Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 4-1 (54). С. 186-189. [↑](#footnote-ref-1)
2. Давыдов Ю.П. «Жесткая» и «мягкая» сила в международных отношениях // США-Канада: Экономика, политика, культура. Январь 2007. №1. С. 3-24. [↑](#footnote-ref-2)
3. Манжулина О.А. Развитие современной публичной дипломатии США // Современные США: тенденции внутренней и внешней политики / Отв. Ред. Ю.Г. Акимов. СПб.: СпбГУ, 2007. [↑](#footnote-ref-3)
4. Ширяев Б.А. Внешняя политика США. Спб.: СпбГУ, 2007. С. 236-271. [↑](#footnote-ref-4)
5. Gilboa E. Searching a Theory Public for of Diplomacy // Annals of the American Academy of Political and Social Science. March 2008. Vol. 616. P.55-77. [↑](#footnote-ref-5)
6. Nye J. Soft Power: The Means of Success in World Politics. N.Y.: Public Affairs Press, 2004. [↑](#footnote-ref-6)
7. Караганов Сергей Александрович// Россия и мир. Новая эпоха. 12 лет, которые могут все изменить / Под ред. С.А. Караганова. М.: АСТ/ ИД Русь-Олимп, 2008 [↑](#footnote-ref-7)
8. Anholt S. Public Diplomacy and Place Branding: Where’s the link? // Place Branding. Vol.2.2006. P.271-275 [↑](#footnote-ref-8)
9. Arndt R. The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century. Dulles, Va.: Potomac Books Inc., 2005. [↑](#footnote-ref-9)
10. Cowan G, Arsenault A. Moving from Monologue to Dialogue to Collabration: The Three Layers of Public Diplomacy // Annals of the American Academy of Political and Social Science. March 2008.№ 616. P. 10-30. [↑](#footnote-ref-10)
11. Боголюбова Н.М. Культурный Обмен В Системе Международных Отношений// Учеб. пособие / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева; С.-Петерб. гос. ун-т. Фак. междунар. отношений. СПб., 2003. [↑](#footnote-ref-11)
12. Berman E.H. The Influence of the Carnegie, Ford and Rockefeller on American Foreign Policy: The Ideology of

Philanthropy. N.Y.: State University of NYP, 1993. [↑](#footnote-ref-12)
13. Woods A. Development and the National Interest: U.S. Economic Assistance into the 21st Century/ A. Woods.- AID., 1989. [↑](#footnote-ref-13)
14. Рosz G., Janigian В., Jun J. Redesigning. U.S. Foreign AidIG. Posz, B.Janigian, J. Jun// SAIS Rewiew.- 1994. [↑](#footnote-ref-14)
15. Tuch H.N. Communicating with the World: U.S. Public Diplomacy Overseas/ H.N. Tuch. New York: St. Martin's, 1990. - P. 16. [↑](#footnote-ref-15)
16. Biener H. The Arrival of Radio Farda: International Broadcasting to Iran at Crossroads// Middle East Review of International Affairs. March, 2003. Vol. 7. №1. [↑](#footnote-ref-16)
17. Greel G. How Advertisev America. N.Y.: Arno Press, 1972. [↑](#footnote-ref-17)
18. Rosenberg E. Spreading the American Dream: American Economical and Cultural Expansion, 1890-1945. N.Y.: Hill&Wang, 1982. [↑](#footnote-ref-18)
19. Rugh W. A. Broadcasting and American Public Diplomacy // Transnational Broadcasting Studies. Spring 2005. Vol.14. [↑](#footnote-ref-19)
20. Rawnsley G.D. Radio Diplomacy and Propaganda: The BBC and VOA in International Politics,1956-1964. London:Macmilan, 1996. N.Y.:St.Martin’s,1996. [↑](#footnote-ref-20)
21. Coniff B. New Directions in U.S. International Broadcasting // Foreign Service Journal. January 2004 // URL: http://www.afsa.org/fsj/jan04/conniff.pdf. [↑](#footnote-ref-21)
22. Hoffman D. Beyond Public Diplomacy // Foreign Affairs. March 2002. Vol.81. №2. P.83-95. [↑](#footnote-ref-22)
23. Rubin B. Secrets of State: The State Department and the Struggle Over U.S. Foreign Policy/ B. Rubin.- N.Y.:: Oxford University Press, 1987.- 352 p.

Rubin R.I. The Objectives of the U.S. Information Agency: Controversies and Analysis/ R.I. Rubin.- New York: Praeger, 1968.- 251 p. [↑](#footnote-ref-23)
24. Rockman B.A. America's Departments of State: Irregular and Regular Syndromes of Policy Making / B.A. Rockman// American Political Science Review.- #75.- 1981. [↑](#footnote-ref-24)
25. Clarke D.L. American Defense and Foreign Policy Institutions: Toward a Sound Foundation/D.L. Clarke-N.Y.: Harper & Row, 1989.- 272 p. [↑](#footnote-ref-25)
26. Chittick W O. State Department, Press, and Pressure Groups: a Role Analysis/ W.O. Chittick.- New York: Wiley Interscience, 1970 P. 373. [↑](#footnote-ref-26)
27. Judith A. McHale// Public Diplomacy: A National Security Imperative// //http://www.state.gov/r/remarks/2009/124640.htm// 04.02.2015 [↑](#footnote-ref-27)
28. Вячеслав Нечаев, Мария Амирджанян, Тарас Подрез // США вводят информационные войска в российские социальные сети// <http://izvestia.ru/news/585366> [↑](#footnote-ref-28)
29. Middle East Election Monitoring Conference Convenes Innovators// THE U.S. Middle East Partnership Initiative// [http://mepi.state.gov/mh041613a.html // 09.03.2013](http://mepi.state.gov/mh041613a.html%20//%2009.03.2013)

Stockholm International Peace Research Institute//

<http://www.sipri.org/yearbook/2005/files/SIPRIYB0508.pdf> 14.02.2015

Scripps Survey Research Center at Ohio University//

 <http://newspolls.org> 04.02.2015 [↑](#footnote-ref-29)
30. Абдеев, 1994, с. 188 [↑](#footnote-ref-30)
31. Корконосенко, 1995, с. 28 [↑](#footnote-ref-31)
32. Зеркаль Д. А., 2014 [↑](#footnote-ref-32)
33. Госдепартамент поглотил Информационное агентство США // <https://lenta.ru/world/1999/10/01/usia/> [↑](#footnote-ref-33)
34. Вершинская, 1999, с. 56 [↑](#footnote-ref-34)
35. Карякин В. В. Военная политика и стратегия США в геополитической динамике современного

мира. М.: Граница, 2011. 283 с [↑](#footnote-ref-35)
36. Матафонова Ю. А. Субъект федеративного государства и его устойчивость: системный подход //

Теории и проблемы политических исследований. 2015. № 6. С. 92–111. [↑](#footnote-ref-36)
37. Новикова А. В. Региональное стратегирование в Забайкальском крае // Аналитический бюллетень «ЭНДИ-

СИ». 2016. № 1. С. 104. [↑](#footnote-ref-37)
38. 11. Hart R. P. The sound of leadership. Chicago: University of Chicago Press, 2007. 302 p. [↑](#footnote-ref-38)
39. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии ХХ века. М.: Рефл-бук, 2006. 229 с [↑](#footnote-ref-39)
40. Chomsky N. Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies. South End Press, 1999, p. 422. [↑](#footnote-ref-40)
41. Лассуэлл Г. Психопатология и политика. М.: РАГС, 2005. 352 с. [↑](#footnote-ref-41)
42. 2014 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting. U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy. URL: http://www.state.gov/pdcommission/reports/index. htm [↑](#footnote-ref-42)
43. Nye J. The Pros and Cons of Citizen Diplomacy // New York Times. October 4, 2010.

3 Nye J. Restoring America’s Reputation in the World and Why it Matters. Testimony Before the

Committee on Foreign Affairs, U.S. House of Representatives. March 04, 2010. URL: democrats.

foreignaffairs.house.gov/111/nye030410.pdf [↑](#footnote-ref-43)
44. Clinton H. U.S. leadership. Council on Foreign Affairs. January 31, 2013. URL: http://www.cfr.org/

united-states/remarks-american-leadership/p35382; Clinton H. Testimony before the Senate Foreign

Relations Committee. January 13, 2009. URL: http://www.state.gov/secretary/20092013clinton/

rm/2009a/01/115196.htm [↑](#footnote-ref-44)
45. Clinton H. R. American “Smart Power”: Diplomacy and Development Are the Vanguard. May 04, 2009.

URL: http://www.state.gov/r/pa/scp/fs/2009/122579.htm; Clinton H.R. Smart Power. July 15,

2009. URL: http://www.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2009a/july/126991.htm [↑](#footnote-ref-45)
46. Clinton H. R. American “Smart Power”: Diplomacy and Development Are the Vanguard. May 04, 2009.

URL: http://www.state.gov/r/pa/scp/fs/2009/122579.htm; Clinton H.R. Smart Power. July 15,

2009. URL: http://www.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2009a/july/126991.htm [↑](#footnote-ref-46)
47. Public Diplomacy: Strengthening U.S. Engagement with the World; McHale J. Public Diplomacy:

A National Security Imperative. Address by Under Secretary, Under Secretary for Public Diplomacy and

Public Affairs. June 11, 2009. URL: http://www.state.gov/r/remarks/2009/124640.htm [↑](#footnote-ref-47)
48. Стихин А.Е. Глобальные интернет-сервисы в структуре инструментов Американской внешней политики // Международные процессы. 2014. Т. 12. № 36¬–37. С. 105-116; Цветкова Н.А., Ярыгин Г.О. NETCITIZENS как новая целевая аудитория интернет-дипломатии США // Вектор науки Тольяттинского государственного

университета. 2012. № 3. С. 207-211; Алхименков М.А. Социальные сети и современная интернет- дипломатия США // США и Канада: экономика, политика, культура. 2014. № 11. С. 52–66. [↑](#footnote-ref-48)
49. 21st Century Statecraft. Department of State. URL: http://www.state.gov/statecraft/overview/

index.htm; Digital Diplomacy. IT Strategic Plan: Fiscal Years 2011–2013. Department of State. URL:

http://www.state.gov/m/irm/rls/148572.htm [↑](#footnote-ref-49)
50. 2014 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International

Broadcasting. U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy. Wash. D.C.: GPO, 2014. P. 85–86 [↑](#footnote-ref-50)
51. Center for Strategic Counterterrorism Communications // Department of State. URL: http://www.

state.gov/r/cscc/ (дата обращения: 15.02.2015). [↑](#footnote-ref-51)
52. P.L. 113–235 (H.R. 83) Consolidated and Further Continuing Appropriations Act, 2015 // Library of Congress. URL: https://www.congress.gov/bill/113th-congress/house-bill/83/actions и S.1725. Department of State, Foreign Operations, and Related Programs Appropriations Act, 2016 // Library of Congress. URL: www.congress.gov/bill/114thcongress/senate-bill/1725 [↑](#footnote-ref-52)
53. S.1725. Department of State, Foreign Operations, and Related Programs Appropriations Act, 2016 // Library of Congress. URL: www.congress.gov/bill/114th-congress/senate-bill/1725 [↑](#footnote-ref-53)
54. S.1376 – National Defense Authorization Act for Fiscal Year 2016 // Library of Congress. URL: https://

[www.congress.gov/bill/114th-congress/senate-bill/1376](http://www.congress.gov/bill/114th-congress/senate-bill/1376) P.91 [↑](#footnote-ref-54)
55. Ширяев Б. А. Внешняя политика США. Принципы, механизмы, методы. Курс лекций. – 2-е изд. СПб.: Изд-во С. –Петерб. ун-та, 2007. – стр. 186 [↑](#footnote-ref-55)
56. Public Law 103-236 [↑](#footnote-ref-56)
57. Fiscal year 2011. Budget request // [http://www.bbg.gov/wp-content/media/2011/12/bbg\_fy11\_budget\_request\_Part1.pdf //](http://www.bbg.gov/wp-content/media/2011/12/bbg_fy11_budget_request_Part1.pdf%20//) 02.09.2012

 <http://www.bbg.gov/wp-content/media/2011/12/bbg_fy11_budget_request_Part2.pdf> 02.09.2012 [↑](#footnote-ref-57)
58. http://washingtonexaminer.com/opinion/opinion-zone/ 02.09.2012 [↑](#footnote-ref-58)
59. BBG Budget Request Tied to Global Priorities and Evolving Media Environments// <http://www.bbg.gov/blog/2014/03/04/bbg-budget-request-tied-to-global-priorities-and-evolving-media-environments/> 08.09.2014 [↑](#footnote-ref-59)
60. 2016 BBG Informational Factsheet [↑](#footnote-ref-60)
61. Operational Policy (ADS) // <http://www.usaid.gov/policy/ads/100/101.pdf> 07.04.2014 [↑](#footnote-ref-61)
62. United States Agency for International Development (2009). "USAID: Frequently Asked Questions". United States Agency for International Development. Retrieved 30 August 2010. 07.04.2014 [↑](#footnote-ref-62)
63. What is USAID? // <http://www.usaid.gov/about_usaid/PDACG100.pdf> 07.04.2014 [↑](#footnote-ref-63)
64. Foreign Assistance: USAID Signature Tsunami Reconstruction Efforts in Indonesia and Sri Lanka Exceed Initial Cost and Schedule Estimates, and Face Further Risks: GAO-07-357// GAO Reports. 07.04.2013

Gootnick, David, Foreign Assistance: USAID Has Begun Tsunami Reconstruction in Indonesia and Sri Lanka, but Key Projects May Exceed Initial Cost and Schedule Estimates: GAO-06-488//. GAO Reports 07.04.2013 [↑](#footnote-ref-64)
65. Global Health: USAID Supported a Wide Range of Child and Maternal Health Activities, but Lacked Detailed Spending Data and a Proven Method for Sharing Best Practices: GAO-07-486.// GAO Reports. 07.04.2013 [↑](#footnote-ref-65)
66. Gootnick, David, Foreign Assistance: USAID's Cash Transfer Program in Egypt Supports Economic Reform Activities, but Various Factors Have Limited Its Influence: GAO-05-731.//. GAO Reports. 07.04.2013 [↑](#footnote-ref-66)
67. МИД России: USAID пыталось влиять на процессы в стране//http://www.bbc.com/russian/russia/2012/09/120918\_usaid\_russia\_criticism.shtmlс [↑](#footnote-ref-67)
68. http://transition.usaid.gov/locations/europe\_eurasia/countries/ru/russia.pdf [↑](#footnote-ref-68)
69. Russia expels USAID development agency // http://www.bbc.com/news/world-europe-19644897 [↑](#footnote-ref-69)
70. Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs//<http://www.state.gov/r/> 07.04.2013 [↑](#footnote-ref-70)
71. Барак Обама: Африка оказывает влияние на весь мир // http://www.bbc.co.uk/russian/international/2009/07/090710\_obama\_ghana.shtml// 11.04.2013 [↑](#footnote-ref-71)
72. Diplomacy in action// Department of State Publication

Revised // [http://www.state.gov/documents/organization/46839.pdf //](http://www.state.gov/documents/organization/46839.pdf%20//) 02.10.12 [↑](#footnote-ref-72)
73. Public Diplomacy: A National Security Imperative// Judith A. McHale//<http://www.state.gov/r/remarks/2009/124640.htm>// 11.04.2013

Future of U.S. Public Diplomacy// Judith A. McHale// <http://www.state.gov/r/remarks/2010/138283.htm>// 21.12.2012 [↑](#footnote-ref-73)
74. Presidential Memorandum – Civil Society. 23.09.2014. //https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/09/23/presidential-memorandum-civil-society [↑](#footnote-ref-74)
75. Inspection of U.S. International Broadcasting to Russia. Office of Inspector General, 2013. //https://oig.state.gov/system/files/217908.pdf [↑](#footnote-ref-75)
76. Interview with the European Endowment for Democracy’s Executive Director J. Pomianowski. Latvian Public TV, 28.05.2015, //https://www.democracyendowment.eu/news/russian-language-doesnt-belong-only-to-russia-or-putin/ [↑](#footnote-ref-76)
77. Consolidated and Further Continuing Appropriations Act, 2015. PL 113–235. //https://www.congress.gov/113/plaws/publ235/PLAW-113publ235.pdf [↑](#footnote-ref-77)
78. Ukraine Freedom Support Act of 2014. PL 113–272. //https://www.congress.gov/113/plaws/publ272/PLAW-113publ272.pdf [↑](#footnote-ref-78)
79. Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США в России: от «демократизации» к развитию «социального активизма» // США∗Канада: экономика, политика, культура, 2012, № 10, с. 37–46 [↑](#footnote-ref-79)
80. Zaharna R.S. Battles to Bridges: US Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010, 256 p [↑](#footnote-ref-80)
81. Mendelson S. Putin Outs the NGOs: How to Fight Russia's Civil Society Crackdown // Foreign Affairs. October, 2015, //https://www.foreignaffairs.com/articles/russia-fsu/2015-10-06/putin-outs-ngos [↑](#footnote-ref-81)
82. Countering Adversarial Propaganda: Charting an Effective Course in the Contested Information Environment. Hearings before Subcommittee on Emerging Threats and Capabilities. Armed Services Committee. The House of Representatives, U.S. Congress, 22.10.2015. //http://docs.house.gov/Committee/Calendar/ByEvent.aspx?EventID=104086 [↑](#footnote-ref-82)
83. Strategic Plan of the Department of State and United States Agency for International Development, 2014–2017. //http://www.state.gov/s/d/rm/rls/dosstrat/2014/ [↑](#footnote-ref-83)
84. Consolidated and Further Continuing Appropriations Act, 2016. PL 114-113. //https://www.congress.gov/114/plaws/publ113/PLAW-114publ113.pdf [↑](#footnote-ref-84)
85. Ukraine Freedom Support Act of 2014. PL 113–272. //https://www.congress.gov/113/plaws/publ272/PLAW-113publ272.pdf [↑](#footnote-ref-85)
86. Broadcasting Board of Governors. Performance and Accountability Report, 2014. Available at http://www.bbg.gov/wp-content/media/2014/12/FY-2014-BBG-PAR\_AccessibleVersion.pdf [↑](#footnote-ref-86)
87. Countering Adversarial Propaganda: Charting an Effective Course in the Contested Information Environment. Hearings before Subcommittee on Emerging Threats and Capabilities. Armed Services Committee. The House of Representatives, U.S. Congress, 22.10.2015. //http://docs.house.gov/Committee/Calendar/ByEvent.aspx?EventID=104086 [↑](#footnote-ref-87)
88. Broadcasting Board of Governors. Performance and Accountability Report, 2015. Available at http://www.bbg.gov/wp-content/media/2015/11/BBG-FY2015-PAR.pdf [↑](#footnote-ref-88)
89. Broadcasting Board of Governors. Performance and Accountability Report, 2015. Available at http://www.bbg.gov/wp-content/media/2015/11/BBG-FY2015-PAR.pdf [↑](#footnote-ref-89)
90. Putin’s Invasion of Ukraine and the Propaganda that Threatens Europe. Hearings before U.S. Senate Committee on Foreign Relations, U.S. Congress. 3.11.2015. //http://www.foreign.senate.gov/hearings/putins-invasion-of-ukraine-and-the-propaganda-that-threatens-europe-110315p [↑](#footnote-ref-90)
91. Настоящее время [Current Time TV]. //http://www.currenttime.tv/ [↑](#footnote-ref-91)
92. Broadcasting Board of Governors. Performance and Accountability Report, 2015. Available at http://www.bbg.gov/wp-content/media/2015/11/BBG-FY2015-PAR.pdf [↑](#footnote-ref-92)
93. PangeaGo. //http://www.pangea-cms.com/#intro- [↑](#footnote-ref-93)
94. Countering Adversarial Propaganda: Charting an Effective Course in the Contested Information Environment. Hearings before Subcommittee on Emerging Threats and Capabilities. Armed Services Committee. The House of Representatives, U.S. Congress, 22.10.2015. //http://docs.house.gov/Committee/Calendar/ByEvent.aspx?EventID=104086 [↑](#footnote-ref-94)
95. NATO Strategic Communication Centre of Excellence. //http://www.stratcomcoe.org/online\_library [↑](#footnote-ref-95)
96. //https://www.congress.gov/113/plaws/publ6/PLAW-113publ6.pdf [↑](#footnote-ref-96)
97. Broadcasting Board of Governors. Internet Anti-Censorship, 2015. //http://www.bbg.gov/wp-content/media/2015/04/Anti-Censorship-Fact-Sheet-10182015.pdf [↑](#footnote-ref-97)
98. Russian Civil Society Leaders Inspire. 11.09.2013. //https://www.whitehouse.gov/blog/2013/09/11/russian-civil-society-leaders-inspire [↑](#footnote-ref-98)
99. Outcome Documents of the OSCE Parallel Civil Society Conference Belgrade. December 2015. //http://www.civicsolidarity.org/article/1143/osce-parallel-civil-society-conference-took-place-belgrade [↑](#footnote-ref-99)
100. Consolidated and Further Continuing Appropriations Act, 2016. PL 114-113. //https://www.congress.gov/114/plaws/publ113/PLAW-114publ113.pdf [↑](#footnote-ref-100)
101. United States Assistance to Promote Freedom and Democracy in Countries with Repressive Environments. Hearings before the Committee on Appropriations. Subcommittee of State, Foreign Operations, and Related Programs. The House of Representatives, U.S. Congress, 26.02.2014. //http://docs.house.gov/Committee/Calendar/ByEvent.aspx?EventID=101772 [↑](#footnote-ref-101)
102. Review of Resources, Priorities and Programs in the FY 2016 State Department Budget Request. Hearings before U.S. Senate Committee on Foreign Relations, U.S. Congress, 05.05.2015. //http://www.foreign.senate.gov/hearings/review-of-resources-priorities-and-programs-in-the-fy-2016-state-department-budget-request-050515 [↑](#footnote-ref-102)
103. Emergency Assistance for Activists & Scholars. //http://www.icanpeacework.org/emergency-assistance-for-activists-scholars/ [↑](#footnote-ref-103)
104. PangeaGo. //http://www.pangea-cms.com/#intro-2 [↑](#footnote-ref-104)
105. TechCamp Latvia, 2015. // http://techcampglobal.org/?s=riga [↑](#footnote-ref-105)