Приложение 1

Рис. 1[[1]](#footnote-1)

Рис. 2[[2]](#footnote-2)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Академические | Контрактные | Пропагандистские |
| Период возникновения | 1910-е гг. | 1940-е гг. | 1970-е гг. |
| Примеры | Фонд Карнеги за международный мир, Гудзоновский институт, Институт Брукингса, Центр международных и стратегических исследований, Совет по международным отношениям | Корпорация РЭНД, Международный научный центр им. Вудро Вильсона, Американский институт мира | Фонд «Наследие», Институт Катона |
| Основной механизм проецирования влияния | Выработка политических доктрин, подготовка обширных общих научных трудов для общественного ознакомления | Направление высшим должностным лицам официальных отчётов (часто по запросу властей)  | Контакты со СМИ, работа над имиджем в сети Интернет, формирование общественного мнения |



1. How Transparent Are Think Tanks about Who Funds Them 2016? / Transparify, Tbilisi/Georgia. June 29, 2016. P. 16. [↑](#footnote-ref-1)
2. Авторская категоризация в соответствии с классификацией, предложенной М. Ахмадом. См: Ahmad, M. US Think Tanks and the Politics of Expertise: Role, Value and Import. The Political Quarterly, Vol 79, № 4, Oct.-Nov. 2008. [↑](#footnote-ref-2)