

Внешиполитическая пропаганда США на современном этапе

Научный руководитель – Журавлева Виктория Юрьевна

Артамонова Ульяна Звядиевна

Выпускник (магистр)

Московский государственный институт международных отношений, Факультет

международных отношений, Москва, Россия

E-mail: uliana.artamonova@sciencespo.fr

На современном этапе стремление Соединенных Штатов к доминированию в рамках текущего миропорядка становится особенно заметным, что отражается в их непрекращающихся попытках взять на себя роль глобального лидера - с глобальной ответственностью и, соответственно, экстерриториальными полномочиями. Данное притязание подкреплено американской экономической мощью, военной силой, политическим влиянием и ведущими позициями в информационной сфере. Последнее - но не наименее важное - обеспечивается усилиями внешнеполитической пропаганды США.

Ее задачи заключаются в том, чтобы оказывать влияние на международное общественное мнение. Внешнеполитическая пропаганда США в первую очередь направлена на формирование и поддержание в сознании мировой общественности определенного имиджа США [2]. Сочетая информационные и культурные, образовательные и медийные инструменты, система пропаганды закрепляет в глазах мировой общественности идеализированный образ, который отождествляется с реальным государством, что снижает способность общественности к критической оценке политики США и в определенной степени легитимирует их притязания на роль глобального лидера.

Система американской внешнеполитической пропаганды начала складываться в начале двадцатого века, а настоящим периодом расцвета для нее стала «холодная война», предоставившая идейного противника [1,6]. За эти десятилетия пропаганда оказалась чрезвычайно глубоко инкорпорирована в систему американской внешней политики. Стратегия внешнеполитической пропаганды формулируется совместными усилиями Государственного Департамента, Министерство Обороны США и Белого Дома [8,9,10]. Вместе с тем, американская пропаганда реализуется и корпоративным сектором США, формально не связанным с правительством. Хороший тому пример - продукция американских кинокомпаний, которые уже много лет работают в рамках идеологической самоцензуры [3,4], превращая практически любой блокбастер в инструмент формирования имиджа США.

Внешнеполитическая пропаганда, будучи фактором менее материальным, чем экономика или военная сила, тем не менее играет значимую роль в той позиции, которую занимают США в мире [5]. Если обращаться к теории конструктивизма, то реальность становится такой, какой мы сами ее представляем на основе наших убеждений. И если, благодаря усилиям пропаганды, мы все убеждены в том, что американское глобальное лидерство - это, как минимум объективно неоспоримый факт, а как максимум - для кого-то - единственно правильный с точки зрения ценностей вариант, то роль пропаганды с ее инструментами манипулирования восприятием становится трудно переоценить.

Хотя описанная система и монументальна, и эффективна, нельзя не заметить, что она стоит на пороге кризиса. С 1999 года американские институты внешнеполитической пропаганды не переживали масштабной реструктуризации и модернизации [7]. Более того, администрации Д. Трампа, в отличие от двух предыдущих, не принимала даже попыток выработки стратегического документа в сфере внешнеполитической пропаганды, что говорит об их низкой заинтересованности в этой сфере, что в целом подтверждается тем,

как президент США принимает политические решения без оглядки на реакцию мирового сообщества. До сих пор система американской внешнеполитической пропаганды оставалась успешной благодаря процессу инерции от того разгона этого механизма, который произошел во второй половине двадцатого века. В отсутствии реформ даже стабильно растущее государственное финансирование не поможет этой сфере избежать кризиса.

Однако не стоит думать, что вскоре США начнут терять свои позиции в информационной сфере из-за этого. Во-первых, невозможно предсказать, на сколько еще хватит той самой инерционной силы. Во-вторых, даже при значительной деградации американской внешнеполитической пропаганды уже сформировавшийся и закрепившийся в сознании мировой общественности образ будет оставаться на месте ровно до тех пор, пока иное государство не создаст столь же мощную, широко разветвленную и глубоко инкорпорированную систему внешнеполитической пропаганды, но в модернизированном формате, которая сможет бросить вызов американскому первенству в этой сфере.

Источники и литература

- 1) Филимонов Г.Ю. «Мягкая сила» культурной дипломатии США. М.: РУДН, 2010. 212 с.
- 2) Халилов В. М. Современное американское кино и нелиберальная идеология // США & Канада: экономика, политика, культура. 2019, № 2, сс. 112-127. DOI: 10.31857/S032120680003769-9.
- 3) Alford M. Reel Power: Hollywood Cinema and American Supremacy. Pluto Press, 2010. 232 p.
- 4) Fattor E. M. American Empire and the Arsenal of Entertainment: Soft Power and Cultural Weaponization. Palgrave Macmillan, 2014. 241 p.
- 5) Nye J. Public Diplomacy and Soft Power. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. Vol. 616. Public Diplomacy in a Changing World. 2008, March. P. 94-109.
- 6) Snyder A. Warriors of Disinformation: American Propaganda, Soviet Lies, and the Winning of the Cold War. Arcade Publishing, 1997. – 336 p.
- 7) Administrative Timeline of the Department of State. Official website of the US Department of State. [Электронный ресурс] URL: <https://history.state.gov/department-history/timeline/1930-1939> (дата обращения: 06.11.2018).
- 8) National framework for strategic communication (Национальные основы стратегических коммуникаций). White House. 2010. Available at: <https://www.hsdl.org/?abstract&did=27301> (accessed 27.01.2020)
- 9) U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication (Национальная стратегия США по вопросам публичной дипломатии и стратегической коммуникации). Strategic Communication and Public Diplomacy Policy Coordinating Committee (PCC). 2007. Available at: <https://2001-2009.state.gov/documents/organization/87427.pdf> (accessed 27.01.2020)
- 10) Update on National framework for strategic communication (Обновленные национальные основы стратегических коммуникаций) . White House. 2012. Available at: <https://www.hsdl.org/?view&did=704809> (accessed 27.01.2020)