

# SOFT POWER США

**Бесценный Иван Сергеевич,**

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,  
Институт социально-политических наук,  
магистрант,  
г. Екатеринбург, Россия,  
E-mail: bsc-ivan\_serg@mail.ru

### *Аннотация*

Статья содержит анализ политики мягкой силы США. Главная особенность заключается в том, что Соединенные Штаты первыми применили soft power в качестве инструмента в XX веке. В статье рассматривается вклад американских спецслужб, научно-исследовательских сообществ, образования в реализации на практике данной политики.

### *Ключевые слова:*

дигитализация, мягкая сила, «цветные» революции, культурная гегемония.

Значение и роль «мягкой силы», которая использовалась, в том числе, в подготовке крушения советской системы и вплоть до реализации проекта «твиттер-революций» в арабском мире и Майдана 2014 на Украине, постоянно возрастает. Сегодня ни одно даже малозначимое событие в мировой политике не происходит без использования мягкой силы, многократно усиленной новейшими информационными, когнитивными и манипулятивными технологиями. Более того, в современных условиях «мягкая сила» зачастую обеспечивает информационную подготовку, готовит плацдарм для непосредственного военного вмешательства.

Различные способы управления сознанием, методы, формы и средства ненасильственной обработки властных и иных групп известны давно. Об этом писали Н. Макиавелли, Г. Торо и М. Ганди, Т. Лири и Р. Уилсон. Однако появление не столько научной, сколько сугубо практической концепции soft power связано с именем Дж. Ная, профессора Публичной административной школы им. Дж. Кеннеди в Гарвардском университете, члена американской Академии искусств и наук и Дипломатической академии. Его главным достижением стало не только концентрированное и емкое описание природы и значения «мягкой силы», которая сыграла определенную роль в холодной войне,

но и определение возможностей, которые в XXI веке, во время информационных технологий и когнитивных войн, становятся поистине неограниченными.

Сам термин «мягкая сила» был предложен Наем в 1990 году, и лишь спустя 14 лет, в 2004 году, вышла его, пожалуй, самая известная книга – *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (Мягкая сила: Средства достижения успеха в мировой политике). В настоящее время Най активно продолжает свои исследования и формирует повестку «умной власти» для нынешней администрации Белого дома, понимая ее как «способность объединять в различных контекстах жесткие и мягкие ресурсы власти в успешные стратегии» [8].

Теперь собственно о *концепте «мягкой силы»*. Главный смысл soft power заключается в формировании привлекательной власти, т. е. в способности влиять на поведение людей, опосредованно заставляя их делать то, что в ином случае они никогда не сделали бы. Такой властью становится, основываясь не только на убеждении, уговаривании или способности подвигнуть людей сделать что-либо при помощи аргументов, но и на «активах», которые продуцируют ее привлекательность. Достичь этого, по мнению Ная, возможно, используя «власть информации и образов», власть смыслов. Иными словами,

## Конференц-зал

ядро «мягкой силы» – нематериальность, информативность и подвижность.

Человек всегда жил в трех измерениях – в реальном мире, информационном мире и мире символическом. Однако именно в наши дни новые технологии и средства коммуникации оказывают такое мощное воздействие на сознание, что реальные действия и события становятся значимыми только в том случае, когда они представлены в СМИ, то есть становятся свойством виртуального. События как будто и нет в реальной жизни, если о нем не написано или не отражено в Интернете. Это с одной стороны. Важно и то, что современные технологии позволяют достаточно легко манипулировать сознанием больших масс людей, формировать нужные манипулятору символы и образы.

Именно на это опирается «мягкая сила» коллективного Запада, когда работает с сознанием человека, а точнее, человеческих масс посредством информации, знаний и культуры. Воздействие мягкой силы на большие массы людей может быть проделано в довольно короткий период – он, обычно, не превышает нескольких месяцев. В этом случае очень эффективными инструментами soft power являются СМИ, новые социальные медиа, отдельные блогеры и активисты.

В долгосрочной перспективе мягкая сила меньше зависит от риторики, но больше связана с практической работой. В этом случае эффективными методами «мягкой силы» являются: предоставление образовательных услуг, а также развитие наук, основная задача которых заключается в генерации смыслов – теорий и концепций, которые легитимизировали позицию и взгляды государства, проводящего политику мягкой силы. Совокупность данных стратегий позволяет влиять на систему социокультурных фильтров или убеждения конкретного индивида, общества, по отношению к которому применяется данный тип воздействия, заставляя его изменить свое поведение.

Создание «определенного мировоззрения» происходит таким образом. Во-первых, нахождение участников образовательных программ в стране подразумевает ознакомление с политической и экономической моделью, приобщение

к культуре и ценностям. После возвращения домой студенты не просто используют этот опыт. В случае подготовки или принятия различных решений они руководствуются полученными ценностными ориентирами и знаниями.

Во-вторых, конкурсный набор получателей грантов и стипендий подразумевает нахождение наиболее перспективных представителей в различных областях деятельности или научного знания. После прохождения учебы с выпускниками сохраняются контакты в рамках сетевых сообществ, различных исследовательских программ, таким образом государство – экспортер мягкой силы оставляет за собой возможность влиять на зарубежные интеллектуальные группы и использовать их ресурс в собственных интересах. Хорошо известно, что данный подход широко используется США, Великобританией, Китаем. Широко такая практика применялась и в Советском Союзе.

Ресурсная база мягкой силы не ограничивается программами обучения. Soft power использует целый спектр культурных, информационных, разведывательных, сетевых, психологических и других технологий. Все это создает ощущение, которое высказал немецкий издатель Й. Йоффе относительно «мягкой силы» Америки, которая даже более значима, чем ее экономическая или военная мощь. Американская культура, будь она низкого или высокого уровня, проникает повсюду с интенсивностью, которая наблюдалась только во времена Римской империи, но с новой характерной особенностью. Воздействие Рима или Советского Союза в области культуры как бы останавливалось на уровне их военных границ, американская же «мягкая сила» правит империей, где никогда не заходит солнце [12].

Без преувеличения в XXI веке важным инструментом «мягкой силы», придавшим ей динамизм и мобильность, являются современные средства массовых коммуникаций, сокращающие некогда непреодолимые расстояния между материками. Теперь не только возможно формировать мировоззрение общества конкретной страны, организация и проведение государственного переворота не требует непосредственного присутствия заинтересованных групп: свергать неугодные режимы можно дистанционно, по-

## Конференц-зал

средством передачи информации через средства коммуникации в сети. Иными словами, «мягкая сила» в XXI веке становится одним из главных способов борьбы за власть, информацию и ресурсы.

Развитие и значение технологий мягкой силы обусловлено, по большей части, научно-техническим прогрессом, благодаря которому современный человек погружается в киберпространство. В его границах индивидуальная разумная деятельность становится определяющим фактором развития. Дигитализация (перевод информации в цифровую форму) всех сторон жизни и стремительное развитие технологий сети способствуют созданию новой информационной картины мира. При этом появляется следующее противоречие – информационные технологии развиваются значительно быстрее, чем происходит адаптация людей к ним, что обусловлено физиологическими и психологическими особенностями. В результате осознание настоящего места новых технологий в формировании информационного, социального и политического пространств приходит к людям с задержкой, и подобный человек оказывается беззащитным перед создателями и проводниками информационных технологий.

Стратегически мыслящие политики должны понимать сущность и направленность той или иной технологической новинки или целой технологии. Именно поэтому необходимо знать, что сетевые технологии, будучи одним из важнейших ресурсов «мягкой силы», стали самым значимым в XXI веке инструментом борьбы за власть, информацию и ресурсы. Оценка роли и значения соцсетей в формировании настроения масс, создании массовых образов позволяет утверждать, что, во-первых, социальные сети – это когнитивная технология, во-вторых – организационное оружие, а в-третьих – бизнес-продукт. Одним из первых в России на это обратил внимание И.Ю. Сундиев [9]. Оставив в стороне вопросы бизнеса, обратим более пристальное внимание на первые две характеристики.

В 2002 году в книге «Умная толпа» (Smart Mobs) специалист по культурным, социальным и политическим импликациям в медиасферу современности Г. Рейнгольд не только подробно

описал флэшмоб, придавая особое значение новому способу организации социальных связей, структур, но фактически предвосхитил и описал волну новых социальных революций. Он полагал, что флэш-акции (смартмобы) столь мобильны благодаря тому, что их участники используют современные средства коммуникации для самоорганизации. Считается, что идея организовать флэшмоб с использованием Интернета как организационного ресурса пришла создателю первого сайта для форматирования подобных акций FlockSmart.com Р. Зазуэта после знакомства с творчеством Рейнгольда. Сегодня флэшмобы используются довольно широко и формируют совершенно особую реальность [2].

Дело в том, что флэшмобы являются механизмом формирования конкретного поведения в данный момент в данном пространстве. Управляемость «умной толпы» достигается за счет следующих базовых принципов организации. Во-первых, акция заранее готовится через официальные Интернет-сайты, где моберы разрабатывают, предлагают и обсуждают сценарии для акций.

Во-вторых, акция начинается одновременно всеми участниками, но призвана выглядеть как спонтанная – участники должны делать вид, что не знают друг друга. Для этого согласовывается время или назначается специальный человек (маяк), который подает всем сигнал к началу акции. В-третьих, участники акции все делают с самым серьезным видом: флэшмоб должен вызывать недоумение, но не смех. В-четвертых, акции должны быть регулярными, иметь абсурдный характер и не поддаваться логическому объяснению.

При этом флэшмоб – совершенно добровольное занятие. Но самое главное, что все участники флэшмоба не знают и не должны знать истинной причины организации той или иной акции. Важнейший смысл смартмоба как «новой социальной революции» заключается в том, что подобные акции формируют модели необдуманного, навязанного «маяком», поведения больших масс людей. В момент флэшмобов происходит спектаклизация реальности, индивид утрачивает собственно индивидуальность, превращаясь в легко управляемый винтик социальной машины.

## Конференц-зал

Роль соцсетей не ограничивается формированием смарттолпы. Существенное влияние они оказали на общественное сознание в период политических кризисов, в ряде случаев закончившихся сменой политических режимов. Так, везде, где происходили события «арабской весны», для привлечения союзников протестующие использовали новые Интернет-приложения и мобильные телефоны, перебрасывая ресурсы из киберпространства в городское пространство и обратно. Для посетителей социальных сетей создавалось впечатление, что в протестные действия включились миллионы. Однако в действительности число реально протестующих и протестующих в Сети отличаются многократно. Достигается это с помощью специальных программ.

Фактически сегодня активно внедряются новые технологии социальной инженерии, создающие неведомые ранее модели принятия решений, изменяющие когнитивный базис современного человека. А Интернет, будучи планетарной информационной магистралью, превращает такие проекты, как WikiLeaks, Facebook и Twitter, в инструмент борьбы за влияние и конкретно смены политических режимов в странах-мишенях. При помощи Интернет-технологий происходит, словами А. Грамши, молекулярная агрессия в культурное ядро конкретного режима, разрушается основа национального согласия, накаляется до предела ситуация внутри страны и в ее окружении. И все это укладывается в концепцию «мягкой силы» [3].

Конечно, социальные сети сами по себе не продуцируют «вирус революции», но являются прекрасным каналом его распространения. Возьмем, к примеру, Twitter. Это, собственно, не социальная сеть, скорее социальный медиасервис. Причина, по которой Twitter можно рассматривать как инструмент разогрева общественного мнения, сокрыта в его интерфейсе. Благодаря конструкции этого коммуникативного канала пользователь оказывается в потоке однотипных сообщений, в том числе «закольцованных», повторяющихся при помощи так называемых «ретвиттов» в режиме нон-стоп. Кроме того, Twitter формирует деграданный язык «словесных жестов».

Социальные сети выполняют сегодня не столько роль площадки для общения, сколько

детонатора информационного взрыва, способного распространять данные по всему миру за считанные секунды, ускоряя тем самым ход той или иной операции. Это вовсе не означает, что телевидение и радио теряют популярность. В современных условиях происходит симбиоз крупнейших телевизионных гигантов с такими сетями, как WikiLeaks, Facebook, Twitter, YouTube, усиливающий в конечном итоге эффект информационных операций, выводя на улицы сотни тысяч манифестантов.

Один из главных способов сформировать soft power США – это создать привлекательный образ страны в глазах граждан всех остальных стран мира. American dream, Pax Americana, Hollywood – примеры того, как формулируется soft power. Численность иностранных студентов – одна из главных метрик этой характеристики: чем больше студентов к тебе приехало, тем больше вероятность того, что привитые системой образования ценности они увезут в свои родные страны, и там их будут распространять. По данным Института международного образования, 4607 студентов из России приехало учиться в США в 2010–2011 учебном году, 36,6% приходится на студентов бакалавриата. Это на 4,6% меньше, чем в 2009–2010 году. Для сравнения, из Китая приехало 157558 студентов: большинство иностранных студентов, поступивших в американские колледжи и университеты в прошлом году, были китайцами.

Сайт <http://theoryandpractice.ru> [4] предоставляет интервью со специалистом, которая работала в консультационном центре по образованию в США, проводила семинары для поступающих студентов и посетила несколько десятков американских университетов и колледжей, о том, чем она там занималась. Консультационный центр образован на деньги госдепа США; основная деятельность – предоставление наиболее полной информации по самостоятельному поступлению в американские университеты.

– Зачем создаются подобные консалтинговые центры?

– Центры помогают набирать популярность американскому высшему образованию во всем мире, предлагая полную и своевременную информацию о возможностях обучения в высших учебных заведениях США. Эти центры – NGO,



## Конференц-зал

некоммерческие организации, все информационные услуги – бесплатные. Хотя для страны это и способ заработать – иностранные студенты тратят много денег. Стоимость обучения в государственных университетах для иностранных студентов намного выше, чем для самих американцев. Один год обучения и проживания, допустим, в California State University для жителей штата составляет \$6882, а иностранцы платят \$18042.

– Что за люди приходят в центр?

– Старшеклассники с родителями, которые хотят, чтобы их дети продолжали образование в США, студенты и выпускники гуманитарных и технических вузов Москвы. Отдельно я бы выделила студентов Физтеха и Бауманки – большинство из них поступает на PhD в американские университеты. Если брать студентов старших курсов и аспирантов, то они, как правило, точно знают, чего хотят и куда собираются поступать, их больше интересуют технические моменты поступления. Школьники выбирают, ехать учиться в США или в Англию, и очень часто, благодаря консультационной работе сотрудников Центра, делают свой выбор в пользу американского образования. Приходят молодые профессионалы, которые собираются поступать в американские бизнес-школы.

– Как вы работаете с теми, кто хочет учиться в США?

– Несколько раз в месяц проводятся общие лекции об основных моментах выбора и поступления в американские колледжи и университеты. Можно сходить на индивидуальную консультацию, на которой студенту помогают выработать стратегию поступления с учетом бюджета и пожеланий. В Центре проводятся семинары по подготовке к стандартизированным тестам TOEFL, SAT, GRE, GMAT. Там же можно самостоятельно позаниматься с тестами на компьютере, посидеть с учебниками, взять некоторые из них с собой домой. Постоянно приезжают представители как крупных государственных университетов, так и небольших частных колледжей, чтобы выступить с презентацией и встретиться со студентами. Затея еще в том, что есть возможность пообщаться с единомышленниками – такими же студентами в поиске образования на Западе.

– Есть ли какие-то особенности у высшего образования в США?

– В США можно менять выбранную специализацию, брать курсы из других факультетов, получить одновременно два диплома по совершенно разным специальностям, так называемые *double major degrees*. Это то, что привлекает студентов первого года. Один мой знакомый получил одновременно степень бакалавра по информационным технологиям и по международной политике в Washington and Lee University. Обучаясь в одном университете, студенты могут посещать лекции в университете, расположенном неподалеку. Так, студенты из Ithaca College могут посещать курсы в Cornell University, студенты MIT посещают лекции в Гарварде.

– А грант получить реально?

– Американские университеты очень щедры в плане стипендий и грантов, это не секрет. Выделяются они не только за академические успехи; при начислении стипендии учитывается также активная социальная позиция, лидерский потенциал кандидата. Шесть самых престижных американских университетов и колледжей поддерживают так называемую *need-blind admission*: если студент подходит по всем критериям, предъявляемым университетами, но у него нет денег, чтобы оплатить все расходы, связанные с обучением, университет выделяет для него средства из собственных стипендиальных фондов. Такая опция есть у Massachusetts Institute of Technology in Massachusetts, Harvard University in Massachusetts, Princeton University in New Jersey, Yale University in Connecticut, Dartmouth College in New Hampshire, Amherst College in Massachusetts.

– Кому проще получить стипендию: математику или менеджеру?

– Лучше всего финансируются информационные технологии, математика, физика, химия, биология. По таким специальностям, как бизнес, юриспруденция, медицина, получить финансовую помощь от учебных заведений практически нереально.

– Как студентам живется в США?

– На моем веку студенты уезжали на учебу в США, прихватив с собой домашних питомцев: кошек, собак. Одна студентка умудрилась увезти с собой лошадь. Самостоятельная студенче-

## Конференц-зал

ская жизнь вдали от родителей сильно меняет вчерашних школьников. Так, один из них мне рассказывал, как мама учила его жарить курицу по скайпу, проверяя ее готовность по изображению в веб-камере.

– Вы бы сами в какой вуз поступили?

– Я бы хотела учиться в Georgetown University в Вашингтоне и изучать там социальные медиа. Эта специальность преподается там на очень высоком уровне. Мне очень понравился сам Georgetown своей стрельчатой готической архитектурой, красивым кампусом, академической атмосферой.

Данное интервью свидетельствует о важности вопроса образования как элемента мягкой силы и роли, которую США ему отводят в системе влияния на информационную, идеологическую атмосферу крупных социальных групп – молодежи, научного сообщества в других странах.

Петер Бахмайер, доктор наук, в своем докладе на конгрессе «Мужество по этике» в Фельдкирхе, Австрия, 3 сентября 2010 обращает внимание на следующее. «Была весна 1998 года, в Словакии шла полным ходом подготовка к одной из первых «цветных» революций в Восточной Европе, но об этом тогда никто не знал. США готовили большую войну на Балканах, об этом тоже никто не знал. Америке нужны были гарантии пролета через воздушное пространство Словакии, где у власти был упрямый и «прорусский» премьер Владимир Мечар, пользовавшийся массовой поддержкой населения. Мечар мешал, Мечара решено было сменить, и под знакомым американским слоганом «мы хотим перемен» послом США в Словакии была собрана и построена в боевой порядок антимечаровская коалиция. Я был в то время главным редактором одного общественно-политического еженедельника. Ко мне вдруг обратился американский дипломат, второе или третье лицо посольства, с неожиданным предложением.

– А почему бы Вам не создать неправительственную организацию?

– А что это такое? – поинтересовался я.

– Как, вы не знаете? – удивился американец. – Все знают, а вы нет!

Я признался в своем невежестве и выслушал лекцию длиной в четверть часа. Ее суть: если я создам новую неправительственную организацию, которая так или иначе будет ангажирована против Мечара, то посольство США предлагает деньги. Я был удивлен, но не отказался сразу. Мечара я в то время критиковал открыто и последовательно – не за прорусскость, а за политический утопизм. Причем, как показало время, критика была вполне обоснованной. Но деньги за такого рода творчество мне никто никогда не предлагал. Я был сам издателем своих книг, остаюсь им по сей день.

Через два дня американец появился с кипой бумаг весом килограмма в полтора и с предложением их заполнить. Заметив, что я не склонен этого делать, он сказал, что мне помогут его сотрудники. Надо просто зайти в посольство. После чего я засунул бумаги в самый нижний ящик стола и забыл об этом. Но ненадолго. Антимечаровскую кампанию в Словакии 1998 года тогда никто не воспринимал как «цветную революцию». Никаких майданов не было, была просто политическая кампания всех, объединившихся против одного – популярного Мечара. Но за ней стояли США со всем своим мягким влиянием в кулаке. И шансов у Мечара не было» [1].

Суть soft power – это не мягкая сила. И тем более не мягкая власть. Это американская технология взятия власти в чужой стране и ее передачи нужным в данный момент людям. Технология переворотов. Технология ненасильственная – и это главное, что отличает soft power от революции со штурмом Зимнего дворца. Технология soft power не берет власть, чтобы ее удерживать или, не дай бог, что-то реформировать. Хотя слово «реформа» многие годы было священным заклинанием во всех посткоммунистических странах, Россию не исключая. soft power используется для того, чтобы, взяв власть ненадолго, забрать собственность надолго, а еще лучше навсегда. Слово «огрбить» звучит неделикатно, но точно описывает суть процесса.

После свержения Мечара в 1998 году, который хотя и выиграл выборы, но ему не дали сформировать правительство, в рекордные сроки в руки США были переданы все стратегические предприятия Словакии, которые Америку интересовали. Прежде всего, металлургический

## Конференц-зал

комбинат ВСЖ в городе Кошице, смешавший карты в игре за европейские рынки. Комбинат отдал концерну US Steel.

Кроме отъема собственности, с помощью soft power добиваются и других результатов – как правило, стратегического значения. Нужна, например, военная база – и в Средней Азии начинают вдруг бороться за свободу; нужно контролировать транзит нефти и газа – и за свободу будут бороться то Кавказ, то Турция, то Греция. Бороться будут все – soft power умеет привлекать массы к борьбе за американские ценности.

За последние два десятилетия произошла переориентация американского стратегического мышления: война определяется больше не чисто военными способами, а осуществляется информационными и психологическими методами, которые указываются как «психологическое военное руководство» или *«культурная война»*. Эти методы имеют долгую предысторию. Американский военный стратег Лидделл Харт развил уже до второй мировой войны стратегию косвенного воздействия [6, с. 98].

1. Во время Второй мировой войны американские и британские вооруженные силы применяли «психологическую войну» против Германии, которая впоследствии использовалась для перевоспитания немецкого народа. После войны ЦРУ и министерство обороны учредили по образцу Тавистокского института человеческих отношений (Tavistock Institute of Human Relations) специализированный институт психологической войны в Англии, мозговые фабрики, такие как корпорация Рэнд (RAND Corporation), Институт Хадсона (Hudson Institute) Германа Кана и другие, направленные главным образом против Советского Союза.

Методы в этих центрах были разработаны рядом социально-научных учреждений. *Американские эмпирические социальные науки*, т. е. социология, политология, психология, антропология, исследование коммуникаций и т. д. возникли в их нынешнем виде по инициативе и финансировании военных и разведывательных органов в 40-е и 50-е гг.

2. Другой источник – это крупные фонды, такие, как Корпорация Карнеги (Carnegie Corporation), Фонд Форда (Ford Foundation)

и Фонд Рокфеллера (Rockefeller Foundation). Это были известные научные центры, такие как новая школа социальных исследований в Нью-Йорке (New School for Social Research in New York), бюро прикладных социальных исследований в Принстонском университете (Bureau of Applied Social Research in Princeton) (возглавляемое Паулем Лазарсфельдом), Институт социальных исследований (возглавляемый Максом Хоркхаймером и Теодором В. Адорно, который вернулся во Франкфурт в 1949 году), Центр международных исследований (Center for International Studies) (CENIS) Массачусетского технологического института (Massachusetts Institute of Technology), а также основанный Майклом Мерфи и Григори Батсоном альтернативный Эсаленовский институт в Калифорнии – центр антикультуры, который также участвовал в организации Вудстокского фестиваля 1968 г., – все они получили эти заказы. Ключевые институты коммуникационных наук, в частности, были созданы программами по психологическому военному руководству.

Эти институты издавали такие журналы, как «Ежеквартальное общественное мнение» (Public Opinion Quarterly) (POQ), «Американское социологическое обозрение» (American Sociological Review), «Американское обозрение политических наук» (American Political Science Review) и др. В этих институтах работали эксперты, большей частью эмигранты из Германии и Австрии, которые приобрели себе позднее большие имена в науке, – такие, как Пауль Лазарсфельд, Оскар Моргенштерн, Лео Ловенталь, Герберт Маркузе, Вальтер Липпманн, Гарольд Лассвелл, Габриель Алмонд, Даниель Лернер, Даниэль Белл, Роберт Мертон и многие другие. Это были те же самые эксперты и институты, которые были также ответственны по перевоспитанию народа в Германии. Некоторые из этих проектов были заняты также подготовкой культурной революции шестидесятых лет в сопровождении рок-музыки, культуры употребления наркотиков и сексуальной революции.

Таким образом, концепция мягкой силы в США имеет давнюю историю. Можно сказать, что именно в этой стране она зародилась и развивалась на протяжении XX века, хотя отдель-

## Конференц-зал

ные элементы мягкой силы или «культурной гегемонии», согласно Грамши, были использованы ранее. В настоящее время, soft power США не только играет первостепенную роль во всем мире, но и создает подобные идеологические конструкции в Европе.

1. Бахмайер П. Soft Power (мягкая власть) – культурная война США против России [Электронный ресурс] URL: <http://www.juvenaljustice.ru/>.
2. Говард Р. Умная толпа. [Электронный ресурс] URL: [http://modernlib.ru/books/reyngold\\_govard/umnaya\\_tolpa/read/](http://modernlib.ru/books/reyngold_govard/umnaya_tolpa/read/).
3. Грамши А. Тюремные тетради. Часть первая. – М.: Издательство политической литературы, 1991, 235 с.
4. Долгополова М. Soft power: зачем США нужны иностранные студенты. [Электронный ресурс] URL: <http://theoryandpractice.ru>.
5. Кара-Мурза С.Г., Александров А.А., Мурашкин М.А., Телегин С.А., Революции на экспорт, Москва, Красная линия, 2006, 298 с.
6. Лидделл Хард Б., Стратегия не прямых действий, М.: Эксмо, 2008, 464 с.
7. Най Дж., Связанный, чтобы руководить: изменяющийся характер американской власти, Москва, Basic Books, 1990, 350 с.
8. Най Дж., Трансформированное лидерство и великая стратегия США, Foreign Affairs, т. 85, No. 4, июль/август 2006, с. 139–148.
9. Платонов О.А., Россия под властью масонов, Москва, 2000, 354 с.
10. Росс Джонсон А., Юджин Парта, Радиовещание холодной войны: воздействие на Советский Союз и Восточную Европу, Международный центр Вудро Вильсона, Вашингтон 2010, 192 с.
11. Симпсон К., Наука принуждения: исследование коммуникаций и психологическая война, 1945–1960, Нью-Йорк, Ок-

сфорд У.П. 1994, 400 с.

12. Сондерс Фр. С., ЦРУ и мир искусств: культурный фронт холодной войны, Москва, Кучково поле, 2013, 311 с.

13. Хиллард П. Власть средств массовой информации на службе у мондиализма, Париж 2009, 270 с.

---

1. Bakhmayer of the Item Soft Power (the soft power) – cultural war of the USA against Russia [Electronic resource] URL: <http://www.juvenaljustice.ru/>.

2. Howard R. clever crowd. [Electronic resource] URL: [http://modernlib.ru/books/reyngold\\_govard/umnaya\\_tolpa/read/](http://modernlib.ru/books/reyngold_govard/umnaya_tolpa/read/).

3. Gramsci A. Prison writing-books. Part one. – M.: Publishing house of political literature, 1991, 235 pp.

4. Dolgopolova M. Soft power: why the USA are necessary foreign students. [Electronic resource] URL: <http://theoryandpractice.ru>.

5. Kara-Murza S.G., Alexandrov A.A., Murashkin M.A., Telegin S.A. Revolutions for export, Moscow, Red line, 2006, 298 pp.

6. Liddell Hard B., Strategy of indirect actions, M.: Eksmo, 2008, 464 pp.

7. Nai Dzh. Connected to direct: changing character of the American power, Moscow, Basic Books, 1990, 350 pp.

8. Nai Dzh. the Transformed leadership and great strategy of the USA, Foreign Affairs, t. 85, No. 4, July/August 2006, p. 139–148.

9. Platonov O.A. Russia under the power of masons, Moscow, 2000, 354 pp.

10. Ross Johnson A. Eugene Parta, Broadcasting of cold war: impact on the Soviet Union and Eastern Europe, Woodrow Wilson's International center, Washington 2010, 192 pp.

11. Simpson K., coercion Science: research of communications and war of nerves, 1945–1960, New York, Oxford U.P. 1994, 400 pp.

12. Saunders Fr. Page, CIA and world of art: cultural front of cold war, Moscow, Kuchkovo field, 2013, 311 pp.

13. The Hillard P. Vlast of mass media on service of a mondializm, Paris 2009, 270 pp.

---

## SOFT POWER OF USA

**Bestsenyi Ivan Sergeevich,**

Ural Federal University, named after the First President of Russia B.N. Yeltsin,  
Institute of social-political sciences,  
magistrant,  
Ekaterinburg, Russia,  
E-mail: [bsc-ivan\\_serg@mail.ru](mailto:bsc-ivan_serg@mail.ru)

### *Annotation*

This article contains the policy analysis of the soft power in USA. The main feature is that the United States the first applied soft power as the tool in the XX century. In article the contribution of the American intelligence services, research communities, educations in realization in practice of this policy is considered.

### *Key words:*

digitalization, soft power, color revolution, cultural hegemony.

---