

## ВНЕШНЕЕ ВМЕШАТЕЛЬСТВО В ВЫБОРЫ КАК УГРОЗА БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

***Аннотация.** Настоящая статья посвящена исследованию современных стратегий и технологий вмешательства во внутренние дела Российской Федерации, применяемых Соединенными Штатами и их союзниками в периоды президентских выборов (на материалах выборов президента Российской Федерации в 1996, 2000, 2004, 2008, 2012 и 2018 годах). Указанные стратегии и технологии часто используются в рамках операций информационной войны, но имеют свои отличительные особенности в части планирования, выбора стратегии вмешательства, целеполагания и выбора главного и второстепенного объектов воздействия. Необходимо отметить, что далеко не каждый информационный шум, поднимаемый иностранными представительствами в Российской Федерации и за рубежом, следует считать вмешательством во внутренние дела государства. Многие информационные поводы, формируемые государственными и политическими агентами третьих стран в отношении России, являются в большей мере нацеленными на собственную, внутреннюю аудиторию и используются в качестве одной из концептуальных позиций внутривнутриполитической борьбы между различными противоборствующими акторами. В статье приведены: определение вмешательства во внутренние дела Российской Федерации; анализ стратегий национальной безопасности США, создающих концептуальную, идеологическую и нормативно-правовую основу для вмешательства во внутренние дела других стран; классификация и характеристика политических субъектов, участвующих в планировании и реализации операций по вмешательству во внутренние дела Российской Федерации; характеристика форм и методов вмешательства США во внутренние дела Российской Федерации, сформированная на основе материалов президентских кампаний 1996–2018 годов.*

***Ключевые слова:** Россия, США, вмешательство, выборы, выборы президента, избирательный цикл, государственный департамент, конгресс США, информационные войны, национальная безопасность.*

---

МАНОЙЛО Андрей Викторович — доктор политических наук, профессор кафедры российской политики факультета политологии МГУ имени М. В. Ломоносова, член Научного совета при Совете Безопасности Российской Федерации, г. Москва

АВДЕЕВА Надежда Васильевна — аспирант факультета политологии МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва  
ЛАВРИНОВ Борис Борисович — аспирант факультета политологии МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва

## EXTERNAL INTERVENTION IN ELECTIONS AS A THREAT TO SECURITY OF THE RUSSIAN FEDERATION

**Abstract.** *This article is devoted to the study of modern strategies and technologies of interference in the internal affairs of the Russian Federation, applied by the United States and its allies during the presidential elections (on materials of presidential elections of the Russian Federation in 1996, 2000, 2004, 2008, 2012 and 2018). These strategies and technologies are often used in the framework of information warfare operations, but they have their own distinctive features in planning, choosing the intervention strategy, setting goals and selecting the main and secondary targets. At the same time, it should be noted that not every information noise raised by foreign missions in Russia and abroad should be considered interference in the internal affairs of the state. For example, many informational occasions formed by state and political agents of third countries towards Russia are more aimed at their own internal audience and are used as one of the conceptual positions of the internal political struggle between various opposing actors. The article contains: definition of interference in the internal affairs of the Russian Federation; analysis of US national security strategies that create a conceptual, ideological and regulatory framework for interference in the internal affairs of other countries; classification and characteristics of political actors involved in the planning and implementation of operations to intervene in the internal affairs of the Russian Federation; characteristics of forms and methods of US intervention in the internal affairs of the Russian Federation, formed on the basis of the materials of the presidential campaigns of 1996–2018.*

**Keywords:** *Russia, the United States, interference, elections, presidential elections, the electoral cycle, the State Department, the US Congress, information wars, national security.*

Вмешательство во внутренние дела Российской Федерации представляет собой ряд конкретных мер и действий, совершаемых зарубежными государствами с целью перехвата управления внутренними политическими процессами и политической деятельностью ключевых демократических институтов, включая институт выработки политических (управленческих) решений и институт демократических выборов. Осуществляется это вмешательство как прямыми методами — посредством подкупа политических и общественных деятелей, финансирования и обучения оппозиции, скупки региональных СМИ,— так и применением специальных технологий дестабилизации политической ситуации в стране и вовлечения населения в массовое протестное движение, направленное против действующей власти. Многие из этих технологий используются противниками нашей страны в рамках операций информационной войны.

США имеют широкую сеть государственных и негосударственных акторов, влияющих на политические процессы в других странах, действующих исходя как из зафиксированных в государственных документах интересов национальной безопасности, так из лоббистских интересов отдельных финансово-промышленных групп. В начале 1990-х годов стратегическими документами США Россия не рассматривалась как независимый политический игрок. Участие американских правительственных и политических акторов в ее внутренней политике прослеживалось вполне отчетливо как в организации выборов и референдума по Конституции, так и в иных политических процессах. Национальные и бизнес-интересы США привели, в частности к прямому вовлечению американских специалистов в выборы 1996 года, когда впервые был опробован ряд методов манипуляции общественными страхами и управления толпой.

Начиная с периода первого срока президентства В. В. Путина Россия начала обозначаться в качестве независимого игрока на международной арене, претендовавшего на суверенитет во внутривнутриполитических вопросах. Официальные круги США восприняли это как угрозу собственной гегемонии в мире и информационное и экономическое воздействие на Россию на внешнем и внутреннем уровнях стала значимой задачей для США в области обеспечения собственного глобального лидерства и стратегического военного доминирования.

Действующая Стратегия Национальной безопасности США, принятая в конце 2017 года, в качестве одних из наиболее опасных контрагентов на международной арене напрямую объявляет Россию и Китай, ставя нашу страну фактически в один ряд с международными террористическими организациями и «странами-изгоями» (Ираном, Северной Кореей).

В ходе пяти президентских выборов в новейшей истории России со стороны американцев были апробированы различные методы воздействия. В ходе предвыборной кампании в России в 2000 году им удалось опробовать новые интернет-инструменты. Принятие ряда законов о лоббизме и ограничении непосредственного доступа иностранных агентов к информационному пространству России подтолкнуло США необходимости проведения информационной войны непосредственно на международном уровне. Именно 2004 год следует считать точкой отсчета «демонизации» образа России и Президента Путина в мировых информационных ресурсах США.

Кампания 2008 года привнесла новые акценты — ставка была сделана не на дискредитацию конкретного кандидата на пост Президента России, а на подрыв доверия к самой системе демократического волеизъявления граждан.

В 2009–2012 годах американское правительство потратило на развитие собственных информационных и организационных ресурсов в России свыше 200 млн долларов. К концу 2011 года американским агентам по-

литического влияния удалось сформировать в России целую информационно-коммуникативную инфраструктуру, включавшую финансовые, кадровые, организационные и информационные ресурсы. 2011 и 2012 годы стали своеобразной «точкой сборки» технологий управления толпой, вовлечения деполитизированной молодежи, методов «цветных революций», ресурсных возможностей внутри страны, практики дискредитации избирательного процесса. Однако исторический шанс реализован не был и переворот в России не удался. С тех пор администрацией США был пересмотрен и дополнен методологический арсенал информационных войн<sup>1</sup>.

С приближением очередного «исторического шанса» — выборов Президента России 2018 года, давление на Россию и вмешательство во внутривнутриполитические процессы также стало нарастать. Однако, несмотря на отдельные прогнозы, избирательная президентская кампания 2018 года в целом прошла спокойно.

## Стратегии национальной безопасности США 1995–1996 годы

Нормативные и идеологические основания вмешательства США во внутренние политические процессы других стран задаются комплексом документов национальной безопасности. Они играют роль направляющих для принятия элиты и системы принятия решений по внешнеполитическим вопросам<sup>2</sup>. С целью анализа целей и задач вмешательства США во внутривнутриполитические процессы России рассмотрим основные положения Стратегий национальной безопасности США, начиная с 1995 года, а также ряд документов, посвященных обеспечению информационной и кибербезопасности США.

В рамках Стратегий Национальной безопасности США 1995–1996 годов администрация Президента Б. Клинтона постулировала необходимость дальнейшего развития демократизации по всему миру при условии сохранения собственного глобального доминирования в ходе данного процесса. Обеспечение и отслеживание демократических преобразований в России и недопущение обратной советизации на постсоветском пространстве на тот момент ставилось Вашингтоном во главу угла. Россия в рамках данных программных документов упоминается 75 раз: 33 (в 1995 г.) и 42 (в 1996 г.) раза, и все эти упоминания так или иначе связаны или с «проведением демократизации» под бдительным руководством «американских партнеров», с территориальными конфликтами на территории

<sup>1</sup> См. Внешняя политика России в условиях глобальной неопределенности: монография / под ред. П. А. Цыганкова. — М.: Издательство «Русайнс», 2015.

<sup>2</sup> Гибридные войны в хаотизирующемся мире XXI века / Под редакцией П. А. Цыганкова / В. А. Ачкасов, В. К. Белозеров, А. В. Будаев и др. — Издательство Московского университета Москва, 2015. — С. 384.

бывшего Советского Союза или с реализацией программы «глобального разоружения». Таким образом, основной стратегией в отношении России в рамках обеспечения национальной безопасности США демократическая администрация Клинтона выбрала последовательное предотвращение политической и военной самостоятельности России и ее доминирования в регионе. Данная поведенческая стратегия четко прослеживалась в том числе и в ходе президентской предвыборной кампании 1996 года.

Также в Стратегии 1995 года были впервые введены понятия «национальные интересы США» и «угрозы для национальных интересов». Неопределенность демократических преобразований в России была выделена в качестве одной из наиболее существенных угроз национальной безопасности США наряду с распространением оружия массового поражения (далее – ОМП) и средств его доставки. Спустя более двадцати лет *такое понимание угроз национальной безопасности рассматривается американскими политологами как первое концептуальное обоснование политического, военного, экономического и информационного вмешательства США в дела суверенных государств.*

### 1997–2000 годы

Четыре стратегии Национальной безопасности США, выпущенные администрацией Б. Клинтона в период с 1997 года по 2000 год, характеризуются общим названием «Стратегия Национальной безопасности США для нового века» и несут в себе единую концептуальную и идеологическую направленность. В них США открыто примерили на себя роль «миссионеров в борьбе за мир», провозглашая собственное превосходство в области установления нового глобального миропорядка. *Данные стратегии открыто переносят вопросы национальной безопасности США на глобальный уровень, соединяя в рамках американского политического курса национальное и глобальное пространство, создавая опасный прецедент обеспечения собственных национальных интересов за счет прямого регулирования процессов политического и управленческого характера в других странах.*

Стратегия Национальной безопасности 1997 года открыто легитимирует прямое влияние США на Россию в ходе разоружения последней и сокращения ее ядерного потенциала, что провозглашается одной из главных задач в области обеспечения национальной безопасности. Данная задача также соотносится с построением новой системы безопасности на европейском пространстве, поддерживаемым США и их союзниками по НАТО. Декларируемое партнерство России и НАТО фактически сводится к вопросам региональной безопасности на постсоветском пространстве и ослаблению ее военной мощи. Главным методом

достижения своих внешнеполитических целей американцы продолжают считать «превентивную дипломатию», смысл которой сводится к прямому вмешательству американских политиков в латентные и открытые конфликты, организации политического торга для управления ими и возможной деэскалации.

Стратегия Национальной безопасности 2000 года интересна для нас с точки зрения открытого документированного противопоставления в рамках программных внешнеполитических документов интересов России и США в зоне конфликта в Косово. *Таким образом, в рамках официального внешнеполитического дискурса Вашингтона Россия впервые со времен окончания Холодной войны начинает рассматриваться в качестве потенциального противника.* Противодействие возможной советизации России и поддержка ее дальнейшего демократического развития и становления по-прежнему декларируются в качестве первоочередных задач американской дипломатии на территории постсоветского пространства.

## 2001 год

Программный стратегический документ 2001 года, имевший ограниченный период действия в связи со сменой демократической администрации на республиканскую в Белом доме, имеет решающее значение для определения информационной политики США в отношении Российской Федерации, так как многие его положения спустя девять лет окажутся в основе Стратегии Национальной безопасности 2010 года уже в период президентства Б. Обамы. Анализируемая стратегия характеризуется рядом значительных нововведений в сравнении предшествующими документами в первую очередь методологического и теоретического характера.

Во-первых, впервые ставится вопрос об информационной безопасности США в том числе и в интернет-пространстве; во-вторых, метод «публичной дипломатии» с характерным для нее применением технологий «мягкой силы» провозглашается основным для американской внешней политики; в-третьих, влияние России на постсоветском пространстве открыто провозглашается в качестве одной из угроз для глобального доминирования США.

В целом данная стратегия — крайне показательна для понимания существенной трансформации отношений руководства США к России *в период первого срока президентства В.В. Путина. Россия начинает обозначаться в качестве самостоятельного актора во внешней политике, претендующего на региональное лидерство, в чем демократы видят существенную угрозу собственной роли в мировом порядке.*

## 2002 и 2006 годы

Показательно, что в рамках первой стратегии президентства Дж. Буша-младшего 2002 года, написанной под влиянием событий 11 сентября, Россия фактически исчезает из американского внешнеполитического дискурса, что подтверждается данными контент-анализа документов (если в стратегии 2001 г. Россия упоминается 52 раза, то в 2002 г. число упоминаний сокращается до 19). Россия в тот период времени обозначается республиканской администрацией в качестве ключевого партнера в рамках борьбы с глобальным терроризмом и распространением ОМП. Интересен факт, что в собственной Стратегии Национальной безопасности американское руководство определяет вступление России в ВТО в качестве одного из элементов своих экономических интересов и обязуется оказывать всяческое содействие российскому руководству в данном вопросе. Как мы увидим в дальнейшем, именно президентские выборы в России 2004 года будут наименее подвержены открытому информационному воздействию со стороны США и НАТО, что говорит о временном исчезновении России и внутрироссийских политических вопросов из области первоочередных интересов американской внешней политики и американской дипломатии.

Стратегия 2006 года также ставит во главу угла внешней политики борьбу с глобальным терроризмом и распространением ОМП. Проблематика России в этот период продолжает нивелироваться в официальном внешнеполитическом дискурсе, однако, как показывает практика внешней политики США того времени, подобный подход скорее обманчив, так как *исключение российского вопроса из официальной внешнеполитической повестки дня администрации Дж. Буша совпадает с активизацией применения технологий «цветных революций» на постсоветском пространстве и началом постепенной дискредитации российского правительства в информационном пространстве Европы и постсоветских государств.*

## 2010 и 2015 годы

Принятие Стратегии Национальной безопасности 2010 года совпало с провозглашением «перезагрузки» отношений между Россией и США, что в некоторой степени отразилось на самом документе. *США, наконец, обозначают Россию в качестве одного из ключевых партнеров и признают ее глобальным самостоятельным внешнеполитическим игроком на международной арене* наряду с Китаем и Индией. Однако в Стратегии определяются и критические точки соприкосновения США и России по вопросам ядерной безопасности и распространения ОМП, а также

политического влияния в Европе, странах Ближнего Востока и на постсоветском пространстве.

Наиболее значимой для обоснования вмешательства США в политическое пространство России является Стратегия национальной безопасности 2015 года. Именно в ней Белый Дом открыто и официально причислил Россию к числу «агрессоров» и прямых угроз национальной безопасности США. В качестве ключевой технологии внешнеполитического воздействия США обозначают так называемую «умную силу», заключающуюся в совмещении информационного, культурного и военного влияния в рамках единой военной доктрины.

Информационное противостояние с Россией открыто декларируется в период второго срока Б. Обамы в другом программном документе — «Военной доктрине США 2015 года». Информационное и экономическое воздействие на Россию на внешнем и внутреннем уровнях становится значимой задачей для США в области обеспечения собственного глобального лидерства и стратегического военного доминирования.

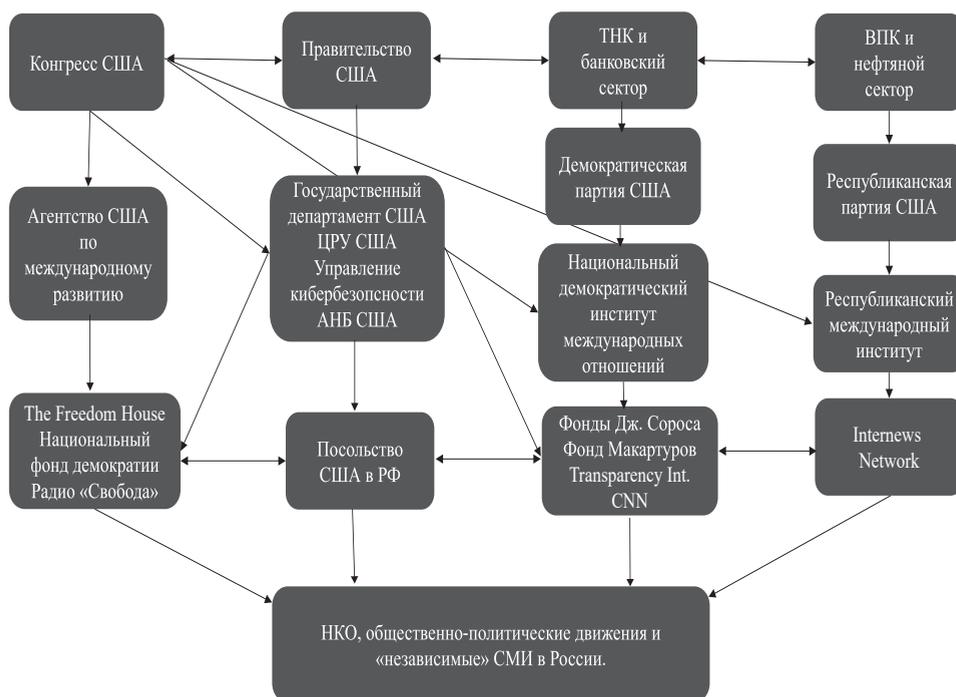
## 2017 год — Д. Трамп

Действующая Стратегия Национальной безопасности США, принятая в конце 2017 года объявляет Россию и Китай одними из наиболее опасных контрагентов США на мировой арене наряду с международными террористическими организациями и «государствами-изгоями» (Иран, Северная Корея). Отмечается, что Россия и Китай — ревизионистские державы и угрожают глобальному миропорядку, основанному на интересах и ценностях США. Помимо прямого провозглашения России в качестве угрозы американской национальной безопасности новая стратегия также крайне красноречиво отражает подход республиканской администрации Д. Трампа к вопросам информационной и кибербезопасности США. Приведем прямую цитату из рассматриваемого документа: «Интернет — американское изобретение, и он должен отражать американские интересы и ценности так же, как он продолжает формировать будущее всех государств и всех поколений». Данное смысловое послание стало концептуальным основанием для разработки закона об отмене нейтралитета Сети, ожидающего ратификации в Конгрессе. Если администрации Д. Трампа удастся принять данный законопроект, то уже в ближайшем будущем вмешательство США в информационное пространство других стран при помощи глобальных сетевых технологий выйдет на качественно иной уровень. Рассмотрев стратегические основания вмешательства США в информационное пространство суверенных государств, мы обнаруживаем совершенно явные контуры прямых угроз для суверенитета России, которые будут проявляться все ярче.

## Агенты внешнего вмешательства США в выборы в Российской Федерации

США имеет широкую сеть государственных и негосударственных акторов, влияющих на политические процессы в других странах.

### Агенты внешнего вмешательства (США) в политическое пространство России



### Конгресс США

Конгресс США традиционно представляет собой своеобразного посредника между различными агентами и акторами политического влияния и их доступом к американским федеральным бюджетным ресурсам. *Комитет Палаты представителей по иностранным делам*, работая в тесной связке с Государственным департаментом, фактически является центром стратегического планирования внешнеполитических информационных операций. Именно данный комитет отвечает за разработку документации стратегического характера, а также тактическое планирование различных действий по организации вмешательства. Среди акторов влияния, непосредственно подотчетных Комитету по иностранным делам, отметим

следующие: *Национальный демократический институт международных отношений США, Международный республиканский институт, Центр стратегических международных исследований, международная общественная радиокomпания «Голос Америки», международная некоммерческая радиовещательная организация «Свобода», Национальный фонд демократии, Freedom House*. Указанные общественные организации, институты и медиа открыто финансируются Конгрессом и ему подотчетны и, в свою очередь, осуществляют финансирование общественных организаций, рейтинговых агентств и СМИ уже непосредственно «на местах», то есть в странах, в информационное пространство которых осуществляется вмешательство.

Помимо непосредственного финансирования агентов и каналов информационного воздействия комиссии и комитеты Палаты представителей отвечают за разработку нормативных документов внешней информационной политики США. Здесь в качестве основного способа выделим непосредственное экономическое, финансовое, репутационное и психологическое воздействие на представителей политической элиты и компании других стран, то есть метод «санкционных списков». Одним из методов непосредственного воздействия на граждан других стран является визовая политика, сущность которой зачастую объясняется не только конкретными интересами внутренней безопасности.

## Правительство США

Основными действующими агентами вмешательства в политическое пространство других государств из числа министерств выступают Государственный департамент, Министерство обороны и Министерство внутренней безопасности. Цели и методы деятельности *Государственного департамента США* в связи с их системной сложностью и многоуровневостью требуют отдельного рассмотрения в рамках данного доклада.

Государственный департамент — ключевой агент влияния американского правительства (в том числе и информационного) на международной арене. Фактически группы методов, используемые им в процессе информационного воздействия на пространство других государств и их имидж в глазах мирового сообщества, следует разделить на официальные и неофициальные. Официальные методы применяются по линии дипломатических ведомств США в других странах и официальных представительствах в крупных международных структурах. Ресурсы неофициального воздействия, представляющие собой сложную разветвленную систему, используются в зависимости от конкретных целей информационного вмешательства и существенно варьируются от государства к государству.

Через дипломатические ведомства применяются методы непосредственного психологического воздействия на политических деятелей

и высокопоставленных государственных служащих зарубежных стран и политическую элиту, а также уже известный метод «народной дипломатии», активно применяемый послами США и их советниками в России в 1996 и 2012 годах. Также дипломатические структуры в ряде стран отвечают за вопросы прямого и косвенного лоббирования интересов правительства США и американского крупного бизнеса на уровнях законодательной и исполнительной власти. Набор применяемых методов крайне разнопланов — от «взятки» и информационного давления до прямых угроз и шантажа (в частности, подобный метод лоббирования активно применялся в России в 1996 году при работе с губернаторским корпусом нашей страны).

Неофициальное косвенное воздействие на политическое пространство других стран осуществляется по линиям различных некоммерческих общественных организаций, рейтинговых агентств и «независимых» СМИ, аффилированных напрямую с Государственным департаментом и/или его различными ведомствами. Сама система создания и поддержки различных общественных организаций, направленных на дискредитацию политических режимов в различных странах, в своей упрощенной форме выглядит следующим образом: Государственный департамент получает финансирование через Конгресс и направляет часть финансовых ресурсов различным государственным организациям: Национальному демократическому институту международных отношений, Международному республиканскому институту, Национальному фонду демократии. Часть средств также выделяется частным фондам: Фонд «Открытое общество» Дж. Сороса, Фонд Макартуров, Фонд Форда и так далее. Данные фонды и институты через свои национальные отделения осуществляют финансирование общественных организаций и лояльных к ним медиа «на местах». Ряд экспертов, в том числе и непосредственно американских, склонны утверждать, что Государственный департамент осуществляет закрытое финансирование национальных отделений телевещательной кампании CNN в ряде государств. Исследование авторитетных американских политологов Э. Хермана и Д. Петерсона подтверждает факт такого финансирования в 1999 году в ходе бомбардировок Югославии, а также в 1990–1991 годах во время войны в Персидском заливе<sup>3</sup>.

Таким образом, успешность предотвращения вмешательства акторов, аффилированных с Государственным департаментом США, напрямую зависит от тщательного отслеживания деятельности на территории России различных общественных организаций, рейтинговых агентств и независимых институтов, а также источников и каналов их финансирования. В последнее время для сокрытия следов происхождения своих финансо-

<sup>3</sup> См.: Гришин В.И., Гришина О.А., Яблочкина И.В., Кошкин А.П., Гушер А.И., Манойло А.В., Бочарников И.В. Сирийский геополитический излом. Роль России в нейтрализации террористической угрозы- ИГ / Под. ред. А. П. Кошкина. Вып. 4. — М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2015.

вых ресурсов большинство организаций подобного характера прибегают к помощи различных частных фондов и благотворительных организаций, аффилированных с Государственным департаментом и Конгрессом США не напрямую, а через офшорные зоны.

### Центральное разведывательное управление США (ЦРУ)

ЦРУ, являющееся главным конкурентом Государственного Департамента в части получения финансирования на проведение информационных операций, также имеет в своем арсенале как прямые, так и косвенные методы вмешательства в политическое пространство других стран. Различные группы прямых методов воздействия связаны с вопросами кибербезопасности баз данных, значимых объектов информационно-коммуникативной инфраструктуры государств-контрагентов и персональной кибербезопасности лидеров иностранных государств и членов их семей. Набор методов косвенного воздействия ЦРУ формируются исходя из того, что, начиная с периода президентства Б. Клинтона, оно фактически отвоевало себе статус основного проводника так называемой «мягкой силы» США<sup>4</sup>, что наиболее наглядно проявилось в период президентства Б. Обамы.

С точки зрения распространения ценностей, идей и установок «мягкой силы» США ключевым ресурсом информационного воздействия на целевые аудитории в других государствах является Голливуд. Начиная с середины 1970-х годов, ЦРУ осуществляет активную финансовую и информационную поддержку различных голливудских кинопроектов, имеющих своей целью продвижение в сознание граждан других государств демократических ценностей и свобод, а также поведенческих моделей американского образа жизни<sup>5</sup>. Некоторые голливудские кинокомпании, в числе которых находится и крупнейшая Warner Bros, с течением времени превратились в агитационно-пропагандистские машины ЦРУ, формирующие мировоззренческие установки у людей по всему миру далеко за пределами национальных границ США.

Еще одним значимым полем информационного влияния ЦРУ являются социальные сети, через которые Управление осуществляло информационные и имиджевые операции, направленные на дискредитацию тех или иных неудобных политиков в ходе «арабской весны». При этом *сетевые*

<sup>4</sup> См.: Роль технологий «мягкой силы» в информационном, ценностно-мировоззренческом и цивилизационном противоборстве / Академия военных наук, Научно-исследовательский центр проблем национальной безопасности, кафедра информационной аналитики и политических технологий МГТУ имени Н. Э. Баумана / Под общ. ред. И. В. Бочарникова. — М.: Изд-во «Экон-Информ», 2016.

<sup>5</sup> См.: Мягкая сила в мировой политической динамике / И. А. Чихарев, О. В. Столетов, А. В. Будаев и др. — «Известия» Москва, 2015.

*ресурсы использовались в качестве поля информационной подготовки активной протестной социальной базы, а также «рупора» для непосредственной организации массовых волнений. Ключевыми агентами информационного вмешательства в различных государствах служили собственные лидеры общественного мнения, с которыми тесно сотрудничало Управление.*

### **Министерство обороны и Агентство национальной безопасности**

Министерство обороны США в качестве основного ресурса вмешательства использует Агентство национальной безопасности (АНБ), входящее в состав Разведывательного сообщества США<sup>6</sup>. В качестве двух ключевых целей деятельности АНБ в его уставе обозначены проведение радиоэлектронной разведки и обеспечение информационной безопасности правительства США.

Одним из методов действия АНБ является так называемая «электронная слежка» за гражданами, в том числе и других государств через глобальные поисковики и социальные сети. В рамках своей деятельности АНБ активно сотрудничает с Google, Facebook, Microsoft и Apple, получая доступ к информации о сетевой деятельности тех или иных интересующих их граждан, представителей политической элиты и даже лидеров иностранных держав.

Еще одним из излюбленных методов деятельности агентства является «прослушка телефонов» политических лидеров и контрагентов в странах и организациях информационного воздействия и вмешательства. По данным WikiLeaks, в период с 2010 года АНБ имело доступ к данным телефонных разговоров канцлера Германии А. Меркель, президента Франции Н. Саркози, Генерального секретаря ООН Пан Ги Муна и ряда других лидеров иностранных держав и значимых международных организаций. Таким образом, обеспечение личной информационной и кибербезопасности Президента России и ключевых политических институтов страны является необходимой потребностью для внутрироссийского информационного пространства.

Национальное управление кибербезопасности США, входящее в структуру Министерства внутренней безопасности, в рамках сложной и крайне разветвленной системы органов американского правительства является фактическим конкурентом АНБ. *Национальный центр кибербезопасности*, являющийся ключевым кадровым ресурсом деятельности управления, согласно своему уставу, призван осуществлять защиту коммуникационных

---

<sup>6</sup> 17 отдельных правительственных учреждений США, осуществляющих разведывательную деятельность в интересах США.

и компьютерных систем правительства США от внутренних и внешних угроз. Ключевые угрозы с точки зрения вмешательства во внутрироссийское киберпространство данный центр представляет для работы посольства и консульств России в США и их информационно-коммуникативной структуры. *Официальным оправданием подобного вмешательства, очевидно, будет являться факт расследования предполагаемого влияния России на исход последних президентских выборов в США, на практике же киберугроза распространяется на все инфраструктурные объекты посольств и консульств и критически значимые внутренние базы данных.*

## **Политические партии США, финансово-промышленные группы и аффилированные с ними НКО и СМИ**

Различные партийные информационные ресурсы и каналы передачи информации также осуществляют непрерывную работу в информационном пространстве России. Непосредственный интерес разноплановых партийных акторов в рамках вмешательства в российский политический процесс объясняется, во-первых, значимостью феномена России для американского общественно-политического дискурса, а во-вторых, интересами различных финансовых и промышленных кругов, тесно связанных с той или иной партией в США.

### **Демократическая партия**

Внешнеполитическая повестка дня — один из ключевых «козырей» демократической партии США в ходе президентских предвыборных гонок. Таким образом, вопрос «российской угрозы» является для демократов своеобразной «разменной монетой» при формировании внутривнутриполитического дискурса. Традиционно демократическая партия США выступает проводником интересов крупных ТНК и банковского сектора, что находит свое отражение в ее внешнеполитической информационной деятельности.

Национальный демократический институт США и его отделения в различных государствах фактически являются своеобразными органами продвижения интересов демократической партии за рубежом. В тесном сотрудничестве с фондами Дж. Сороса «Открытое общество» и «Возрождение», а также Transparency Int. данный институт занимается трансляцией ценностей и идей демократической партии США за рубежом, а также проведением целенаправленных информационных кампаний, рассчитанных на формирование общественного мнения и дискредитацию неудобных политических режимов. Ключевыми источниками финансирования международных информационных проектов демократической партии яв-

ляются фонды Клинтона и Билла и Мелинды Гейтс. Тщательный анализ источников финансирования данных фондов позволяет с уверенностью говорить о скрытых агентах влияния, осуществляющих продвижение собственных целей и интересов в политическом пространстве России при помощи ресурсов и механизмов Демократической партии. На сегодняшний день к таковым с уверенностью можно отнести ряд арабских государств, в частности, Саудовскую Аравию, ОАЭ и Катар, а также ряд крупнейших американских банков, например, City, Golden Sachs и Wells Fargo.

Совет по международным отношениям, тесно связанный с личностью Д. Рокфеллера и его фондом, также является еще одним центром ретрансляции внешней информационной политики Демократической партии США. Анализ финансовых документов данной организации приводит нас вновь в американский банковский сектор, а именно к следующим крупнейшим банкам США: Bank of America и J.P. Morgan. Помимо банковского сектора, существенную долю финансовых вливаний в различные проекты совета осуществляют крупные ТНК и международные медиа-холдинги, например, General Electric, Time Warner и International New York Times (в прошлом – International Herald Tribune).

Бруклинский Университет и печально известный по украинским событиям 2013–2014 годов институт Аспена (Aspen Institute for Humanistic Studies) также следует рассматривать в качестве ключевых агентов влияния Демократической партии США. *Основные цели существования данных аналитических центров выражаются в детальной проработке грядущих кампаний вмешательства на основе различных социологических исследований, а также в подготовке квалифицированных кадров, владеющих технологическим инструментом «цветных революций» для дальнейшего их внедрения в политическую контрэлиту стран, подвергающихся вмешательству.*

Детальный анализ международного рынка глобальных медиа позволяет проследить прямую связь между Демократической партией и следующими крупными медиа-объединениями: Time Warner, International New York Times и Washington Post Company. Эти холдинги, во-первых, осуществляют финансирование различных общественных организаций в США и за рубежом, а во-вторых, являются ресурсами информационного влияния партии как во внутреннем, так и во внешнем информационных пространствах.

*Краткий анализ демонстрирует, что Демократическая партия США является одним из ключевых агентов вмешательства в политическое пространство России. Различные скрытые агенты из кругов крупной финансовой элиты США, а также представители крупных ТНК и медиа-холдингов осуществляют лоббирование собственных интересов в политическом пространстве России через информационные ресурсы и каналы влияния данной партии. Ключевую роль в рамках ее пропагандистской деятельности за рубежом играет ряд научно-исследовательских институтов и центров,*

*занимающихся изучением зарубежных обществ и разработкой технологий проведения и реализации «цветных революций».*

## Республиканская партия

Республиканская партия США, традиционно тесно связанная с представителями американского ВПК и крупнейшими нефтяными корпорациями, также имеет ряд собственных интересов и целей деятельности в политическом пространстве России. С точки зрения наличия центров стратегической и оперативной деятельности по организации информационных кампаний и операций на территории государств-контрагентов институциональная организация Республиканской партии значительно уступает «демократам». Однако зачастую ряд международных фондов и НКО (Transparency Int.), изначально сформированных при содействии Демократической партии, также получают финансирование по «республиканским каналам», что подтверждает наличие общих интересов у конкурирующих внутри США партий по вопросам вмешательства в политическое пространство других государств.

Международный республиканский институт (МРИ), созданный в 1983 году республиканцами в качестве конкурента Национального демократического института США, на сегодняшний день — ключевой агент их информационного влияния за рубежом. В отличие от Демократического института, деятельность которого в большей степени связана непосредственно с Демократической партией и Конгрессом, МРИ тесно связан с высшим командным составом ЦРУ и НАТО, что характеризует его в большей степени как инструмент организационного, а не стратегического характера в процессе «экспорта демократии» на территории России и ряда других государств. Данный институт имеет прямую финансовую связь с российской организацией «Голос» и объединением христианской молодежи «Мое поколение». Фактически же МРИ — пропагандистский инструмент Республиканской партии и НАТО, занимающийся подготовкой оппозиционных кадров для дальнейшего их использования в процессе организации революций в других странах.

Гораздо менее обеспеченный информационными и финансовыми ресурсами, чем его демократический конкурент, МРИ, опирается на силовые ресурсы — высший командный состав ВВС США и генералитет НАТО и ЦРУ, что делает его крайне опасным в качестве агента информационного воздействия. Одним из ключевых источников финансирования этого института является инвестиционная компания Millennium Challenge Corporation, фактически полностью контролируемая семейством Бушей. С идеологической точки зрения МРИ — внешнеполитический проводник интересов представителей «ястребов», то есть сторонников военного вмешательства и реагирования на любые потенциальные угрозы безопасности.

Таким образом, методы деятельности института на международной арене и его риторика являются гораздо более жесткими, чем у его аналога в структуре Демократической партии.

Главными каналами политического информационного влияния Республиканской партии на международной арене, в том числе и в России, являются некоммерческая организация Internews Network и медиа-холдинги News Corp и 21st Century Fox, принадлежащие активному стороннику Республиканской партии бизнесмену Р. Мердоку. The New York Times и ряд других демократических СМИ в последнее время активно связывают Мердока и действующего президента США Д. Трампа, утверждая, что телеканал Fox News и его национальные агентства в ряде других стран постепенно превращаются в агитационно-пропагандистскую машину лично Трампа и его администрации.

Агентами политического вмешательства в политическое пространство России также являются крупные компании нефтегазовой отрасли США, интересы которых зачастую противоречат российским интересам на мировом рынке. Так называемые «сланцевые бароны» (Hamilton Group и Eagle Ford Group) влияют на принятие политических решений по России представителями Республиканской партии как через Конгресс и Сенат, так и по внутрипартийным линиям. Влияние на республиканских конгрессменов и сенаторов осуществляется традиционными для американской политической системы методами прямого и косвенного лоббирования через различные комитеты. В частности, подобное лоббирование активно проводится через голосование по санкционным законопроектам. По внутрипартийным линиям используются «республиканские» информационно-агитационные каналы в России.

\* \* \*

Методы внешнего воздействия на российское общество Республиканской и Демократической партией достаточно схожи и подразумевают наличие сложной и разветвленной инфраструктуры во внутрirosсийском информационном пространстве: СМИ, НКО и научно-исследовательских институтов. Цели же внешнего вмешательства варьируются в зависимости от элитарных кругов, чьи интересы непосредственно затрагиваются по тем или иным внешнеполитическим вопросам, связанным с Россией, ее внутренней политикой и ролью в международной политике и глобальной экономической конкуренции.

В целом, агенты вмешательства США в политическое пространство России представляют собой разветвленную систему, основание которой составляют представители государственной, партийной, финансовой и промышленной элиты, государственные органы, частные фонды и организации, нередко имеющие противоречащие друг другу цели и интересы.

## Информационные войны

Современные технологии информационных войн (далее — ИВ), основанные на манипулятивном управлении политическим сознанием и поведением граждан, представляют собой существенные риски. Их главная задача — разобщить и поляризовать общество, заставить различные его группы ненавидеть друг друга с тем, чтобы затем столкнуть их между собой, инициировав борьбу на уничтожение, или объединить их агрессию в единый поток и направить ее против действующей власти. При этом цель информационной войны — сломить волю противника к сопротивлению и подчинить его сознание своей воле; высокая эффективность информационных атак и растерянность, являющаяся типичной реакцией большинства стран на акции информационных войн.

Стандартная англосаксонская операция информационной войны представляет собой последовательность информационных вбросов, разделенных периодами экспозиции (информационной «тишины») и согласованных по времени, целям, задачам и объектам воздействия.

В Соединенных Штатах Америки термин «информационная операция» официально закреплен в *полевом уставе Армии США «Психологические операции»* FM 33–1, согласно которому *информационная операция — это «проводимая в мирное или военное время плановая пропагандистская и психологическая деятельность, рассчитанная на иностранные дружественные, враждебные или нейтральные аудитории с тем, чтобы влиять на их отношения и поведение в благоприятном направлении для достижения как политических, так и военных целей»*.

Авторы устава выделяют три уровня ведения информационных войн: стратегический, тактический и оперативный. Уровень информационных операций — это тактический уровень ведения информационной войны. Оперативный уровень ведения ИВ — это уровень отдельных информационных атак, совокупность которых составляет одну информационную операцию. Стратегический уровень соответствует собственно информационной войне — особому виду вооруженного конфликта.

Особую роль в информационных войнах играют средства массовой информации и коммуникации (СМИ). Они, с одной стороны, являются каналом доведения информационного воздействия до конкретной целевой аудитории (политических элит, лидеров мнений, широких слоев общест-венности, политически активной молодежи), с другой — выступают непосредственным участником конфликтного взаимодействия. В современных конфликтах СМИ активно используются как средство дезинформации и пропаганды, как инструмент манипулирования общественным мнением, массовым сознанием и поведением граждан, как инструмент прямого давления на оппонентов. Именно через так называемые независимые СМИ спецслужбы осуществляют вбросы («контролируемую

утечку») информации, компрометирующей соперников, дестабилизирующей политическую обстановку в различных странах, инициирующей массовые протесты в стиле «цветных революций».

Так как СМИ нередко склонны выдавать непроверенную информацию за достоверную, если в ней содержатся элементы сенсационности, тем самым способствуя ее легализации, то экстремисты часто используют их для усиленного разжигания националистических и сепаратистских настроений даже в тех регионах, где эти противоречия уже давно не проявлялись; именно прозападные, «демократические» СМИ формируют романтический образ «цветных революций» в тех странах, где осуществляются государственные перевороты; они же затем легитимизируют хунты, пришедшие к власти; активно участвуют в формировании образов «стран-изгоев», провоцируя новые международные конфликты и столкновения.

Информационный вброс — блок специально подготовленных сведений, стимулирующих необходимые субъекту воздействия психологические и поведенческие реакции аудитории. Любая операция ИВ начинается с информационного вброса, направленного на объект (мишень) атаки. Если одного вброса недостаточно для того, чтобы сломить противника или подчинить себе его волю, то используется серия последовательных информационных вбросов. Действие схемы операции ИВ представляет собой многократно повторяющийся (циклический) процесс, в ходе которого объект подвергается прямой информационной атаке (в форме вброса информации, провоцирующей объект атаки на немедленное действие). Его ответная реакция (со всеми характерными для конкретного человека индивидуальными особенностями) считывается по каналам обратной связи, подвергается анализу, на основе которого проводится коррекция. С учетом выявленных индивидуальных особенностей реагирования объекта атаки на внешние информационные раздражители определяются его «болевые точки», темы и поводы, выводящие человека из состояния равновесия и способные мгновенно его возбудить и довести до крайне неустойчивого «пограничного» состояния, в котором он теряет способность контролировать себя и свои действия. С учетом выявленных «болевых точек» содержание исходного информационного вброса корректируется таким образом, чтобы сфокусировать информационное воздействие именно на этих проблемах, воспринимаемых объектом атаки наиболее болезненным образом. Затем этот вброс вновь вводится в публичное информационное пространство по референтным (для объекта атаки) каналам. Только теперь уже с более рискованными последствиями. Так продолжается до тех пор, пока воля объекта атаки не окажется полностью сломлена или подчинена источнику внешнего управляющего воздействия — вплоть до полного «удушения» воли противника путем затягивания на его шею так называемой «петли анаконды».

Для придания достоверности вбрасываемой информации в современных операциях ИВ используются так называемые «операции по легализации вбрасываемой информации». По своей природе и функциям это — операции прикрытия, придающие вбрасываемой информации вид достоверности, объясняющие ее происхождение и отвечающие на вопрос о том, из какого источника она пришла — компетентного или сомнительного.

В современных операциях ИВ вбросы компрометирующей информации никогда не попадают в информационное пространство без сопровождения — только в рамках проводимой одновременно с вбросом операции прикрытия (операции по легализации вбрасываемой информации). В ИВ используется три основных вида операций легализации вбрасываемой информации: операции «контролируемой утечки» секретной информации; публичные заявления, сделанные от имени пожелавших остаться неназванными официальных лиц; публичные заявления уполномоченных официальных лиц.

Среди названных выше операций легализации вбрасываемой информации «контролируемые утечки» являются наиболее распространенным видом операций прикрытия. «Контролируемая утечка» — это специальная операция, цель которой — дезинформация противника путем передачи ему под видом достоверной информации заведомо ложных или специально сфабрикованных под конкретную задачу сведений секретного характера, путем создания иллюзии случайной утраты этих сведений секретносителями из-за проявленных ими халатности или неосторожности.

Операции «контролируемой утечки» информации делятся на четыре вида: операция утечки, реализованной путем провоцирования журналистов на кражу секретных материалов, с которых в этот момент снимается защита «от взлома» и они на время становятся доступными для потенциальных похитителей; технологии класса «WikiLeaks», предусматривающие маскировку заведомо ложных (сфабрикованных) сведений в большом потоке подлинных, но малоценных документов; операции типа «перебежчик» (типичный пример такой операции — побег Э. Сноудена и история с его преследованием); операции легализации вбросов через механизм публичных дебатов (технологии класса «Псаки-Метью Ли»).

В операциях такого типа секретные сведения умышленно теряются секретносителем (забываются в гостиничных номерах, теряются по пути следования и т.д.), либо остаются на некоторое время без присмотра и в этот самый момент становятся достоянием третьих лиц (журналистов, аккредитованных на секретном объекте, установленных разведчиков противника или их агентуры, и др.), которые затем и придают их огласке, организовав вброс в информационное пространство. Реже сфабрикованными сведениями секретного характера «накачивают» кадрового сотрудника спецслужб, уже совершившего акт предательства или только еще собирающегося стать перебежчиком, и затем дают ему уйти за рубеж.

Заявления от имени псевдоофициальных лиц (анонимов, выдающих себя за высокопоставленных чиновников Государственного департамента США или ЦРУ, пожелавших остаться неизвестными) также широко используются в целях легализации содержимого информационных вбросов. Схема этой операции предельно проста: журналисты одного из рейтинговых телевизионных каналов (такого, например, как CNN или Sky News) выпускают в эфир сюжет, связанный с резонансными расследованиями и разоблачениями, в котором они выдвигают обвинения против объекта информационной атаки, ссылаясь на секретные сведения, переданные им неназванными высокопоставленными сотрудниками Госдепа или Разведывательного сообщества США, пожелавшими при этом (в силу вполне известных причин) остаться неизвестными. Внешне в этих операциях все выглядит логично и заслуживающим доверия: журналисты публикуют сведения, полученные от собственных компетентных источников, личные данные которых они имеют полное право не раскрывать (особенно, в том случае, если речь идет о передаче этими источниками журналистам секретной информации, за которой охотятся спецслужбы); в компетентности и осведомленности высокопоставленных сотрудников Государственного департамента или разведки никто не станет сомневаться, с этим обычно соглашаются по умолчанию; нежелание конфиденциальных источников раскрывать себя также представляется понятным и обоснованным, так как их раскрытие может привести к немедленному аресту по обвинению в государственной измене: передав журналистам секретную информацию, охраняемую государством, они совершили, как минимум, серьезное должностное преступление. Кроме того, если конфиденциальным источником является оперативный сотрудник разведки, то его публичное выступление неминуемо приведет к «засветке» как его самого, так и его агентуры, и такого человека надо будет срочно удалять с оперативной работы, а агентуру, находящуюся у него на связи, спасти всеми доступными способами.

В отдельных случаях для легализации вбрасываемой информации используются официальные заявления и интервью уполномоченных официальных лиц (Президента, госсекретаря, главы ЦРУ, официального представителя Администрации Президента США и других). Принцип действия этой операции тоже несложен: официальное лицо уровня президента страны или его заместитель от своего лица заявляют, что та или иная вброшенная в публичное пространство информация — правдива, достоверна и получена от компетентного источника. При этом они как бы ручаются своим авторитетом и репутацией за достоверность сведений, содержащихся в вбросе, и призывают поверить им на слово.

Между тем, высокое положение вовсе не гарантирует отсутствие заинтересованности и честность сведений. Даже президенты США, как показывает практика, могут сознательно идти на подлог. Президент Б. Клинтон и госсекретарь Х. Клинтон ввали Конгрессу, находясь под присягой; гос-

секретарь К. Пауэл сознательно ввел в заблуждение Совет Безопасности ООН, выдав за химическое оружие продемонстрированную им пробирку с обычным белым порошком (мукой или моющим средством) и так далее. Но когда Б. Обама, выступая 24 сентября 2014 года на Генеральной ассамблее ООН, публично произнес, что Россия, вирус Эбола и ИГИЛ представляют собой равные угрозы свободному миру, а госсекретарь Д. Керри заявил, что Б. Асад и ИГИЛ являются союзниками, многие им поверили, не вдаваясь в содержание и детали сказанного и не пытаясь сопоставить речи высоких государственных чиновников с элементарным здравым смыслом.

## Выборы Президента России 1996 года

Опасения администрации Б. Клинтона по поводу возможной ресоветизации России определили прямое вмешательство американских политтехнологов в президентские выборы 1996 года. На момент старта избирательной кампании рейтинг действующего Президента Б.Н. Ельцина был крайне низким, в то время как рейтинг его главного оппонента Г.А. Зюганова колебался в районе 60 процентов. Таким образом, задача переизбрания Ельцина на пост президента являлась едва ли не ключевой для администрации Клинтона для успешного продолжения ее политики в отношении России. В Москву были приглашены американские политические консультанты Д. Шоумейт, Дж. Гордон и Р. Дренснер, перед которыми стояла стратегическая задача: организовать предвыборную кампанию Ельцина и в кратчайшие сроки улучшить его имиджевые характеристики и рейтинг.

Таким образом американские политтехнологи получили прямую возможность влияние на трех уровнях: взаимодействие с политическими федеральными и региональными элитами; работа с общественным мнением, электоратом как опосредованно, так и непосредственно; работа со СМИ и лидерами общественного мнения.

*Работа с федеральными и региональными политическими элитами* осуществлялась путем организации формальных и неформальных встреч и совещаний. Американские политтехнологи привнесли в российскую политическую реальность традиционный для электоральной борьбы в США методы «торга элит» и «предварительной раздачи должностей в администрации», когда в ходе предвыборной кампании кандидат обещает представителям политической элиты «место под солнцем» в случае собственной победы на выборах.

В определенной мере технологии сработали: если в феврале 1996 года среди глав регионов кандидатуру Ельцина поддерживали лишь 22 из 89, то уже в июне таковых насчитывалось уже 49 человек. Воздействие на

глав регионов и их команды осуществлялось и на психологическом уровне. У нелояльных, оппозиционно настроенных в отношении федеральной власти представителей региональных элит, через СМИ формировалось ощущение, что они находятся в меньшинстве, являются реакционерами и противоречат интересам собственного электората.

Значимым явился также тот факт, что в 1996 году электоральный цикл выборов Президента Российской Федерации и совпали с выборами глав в большинстве регионов. В ходе повсеместного развертывания кампаний на федеральном и региональном уровне местные элиты нуждались в поддержке центра, в том числе и финансовых ресурсах, в чем действующий Президент и его команда выгодно опережали кандидата от КПРФ Г. А. Зюганова.

В рамках работы с электоратом американскими политтехнологами был применен практически весь набор методов информационно-психологического воздействия, известный американской электоральной политологии. Были избраны примитивные бихевиористские методы по модели «стимул-реакция». Ставка была сделана на манипуляцию бессознательными страхами. Ставшая знаменитой кампания «Голосуй или проиграешь» апеллировала к базовым потребностям человека в безопасности и социальном признании. В этом смысле американским политтехнологам удалось очень точно оценить внутреннюю социально-психологическую обстановку в российском обществе того периода. Известный лозунг «Купи еды в последний раз!» апеллировал к страху постсоветского человека перед возвращением талонной системы и пустых прилавков в магазинах. Помимо продовольственной проблемы команда Ельцина акцентировала внимание на угрозе начала «гражданской войны» в случае победы Зюганова. В памяти граждан были еще живы воспоминания о кровопролитных событиях августа 1991 года и октября 1993 года. Угроза повторения подобных событий вызывала у людей серьезные опасения. Эта работа проводилась также через лидеров общественного мнения. «Я помню талоны на колбасу и мыло и не хочу этого для своих детей и внуков», — заявляла с экрана телевизора известная актриса.

Эмоциональный фон призваны были также создать концерты и массовые митинги. Они не только подчеркивали близость кандидата к людям (за время кампании Ельцин посетил более 30 субъектов Российской Федерации, принимая участие в значимых культурных событиях). В качестве особого пункта применения избирательных технологий в ходе анализируемой кампании следует рассмотреть работу с имиджем и рейтингом Зюганова. Кампания по дискредитации главного оппонента Ельцина на выборах проводилась с использованием трех различных групп методов: во-первых, негативизация имиджа Зюганова среди электората и политических элит; во-вторых, психологическое воздействие на самого кандидата и его окружение; в-третьих, создание негативного облика Зю-

ганова в информационном поле США, Европы и стран постсоветского пространства.

Для российского электората и внутренней политической элиты Зюганову приписывались две негативные характеристики: реакционер, стремящийся разрушить все демократические достижения России последних лет; и слабый политический лидер, не способный взять в руки власть в кризисный период. Психологическое воздействие на кандидата, его окружение и сторонников осуществлялось путем создания ощущения заведомого нахождения в меньшинстве и проигрыша, для чего использовались методы формирующих опросов.

Дискредитация Зюганова на международном уровне проводилась в основном информационными ресурсами, аффилированными с демократической партией США: Terner Broadcasting System (CNN), The Washington Post Company и другими. В качестве метода воздействия на общественное мнение применялось обращение к потребности в безопасности: потенциальная победа Зюганова расценивалась как возвращение России к советским порядкам, а всего мира — к реалиям Холодной войны и гонки вооружений.

Помимо традиционных информационных методов, в ходе предвыборной кампании применялись методы экономического и финансового воздействия. В частности, США пролоббировали через МВФ в 1996 году выделение кредита для России в размере 10,2 млрд долларов, большая часть которого пошла на выплату задолженности по зарплате бюджетным работникам и сотрудникам значимых производств для улучшения социальной атмосферы в России перед президентскими выборами. Помимо этого, администрация Б. Клинтона осуществляла опосредованное финансирование предвыборной кампании Ельцина через различные банковские структуры и финансовые фонды в оффшорах. Немалая часть средств была направлена на обеспечение лояльности российских СМИ к кандидатуре Ельцина. Изначально заявивший о своей нейтральности и непредвзятости в ходе выборов телеканал НТВ уже к апрелю 1996 года фактически превратился в круглосуточную вещательную машину по поддержке имиджа Ельцина и его электоральных рейтингов.

Таким образом, в ходе предвыборной кампании 1996 года американские политтехнологи за счет социальной и политической разобщенности и напряженности в России получили возможность применения технологий политического вмешательства в избирательную кампанию, а также информационно-психологического воздействия на российский электорат, политическую элиту и отдельных политиков. В ходе той предвыборной кампании США использовали наборы традиционных методов избирательных технологий, применяемые регулярно на выборах в Штатах, апробируя методы и технологии, используемые в дальнейшем американскими агентами влияния в рамках различного рода «цветных революций».

## Выборы Президента России 2000 года

Президентская избирательная кампания 2000 года в России характеризуется крайне осторожным информационным вмешательством США и аффилированных с ними информационных ресурсов в ход электорального процесса в России. Это отчасти было связано с тем, что те президентские выборы были досрочными и застигли мировое сообщество врасплох, а отчасти — занятостью американской политической элиты организацией собственных президентских выборов 7 ноября 2000 года.

Следует отметить, что информационный фон тех выборов в США формировался в большей степени внутривнутриполитической повесткой дня, в то время как вопросы внешней политики оба кандидата — и Дж. Буш-младший, и А. Гор, сознательно вытесняли на периферию. Соответственно, информационное вмешательство в электоральные процессы в России фактически обеспечивалось линиями дипломатических служб и Государственного Департамента и не возводилось в ранг первоочередной задачи для американской внешней политики.

Зарубежные политики лишь формировали свое отношение к новому кандидату, прощупывая и пытаясь повлиять на его дальнейшие позиции. В частности, на это была направлена встреча временно исполняющего обязанности Президента России В.В. Путина и Государственного секретаря США М. Олбрайт. Сама Олбрайт не скрывала жесткого стиля ведения диалога и в своих воспоминаниях указывала, что напрямую задавала Путину вопросы относительно его политических воззрений и дальнейшего пути развития России. Формальным поводом для резкого ужесточения политической риторики США в ходе президентской предвыборной кампании послужило начало второй чеченской войны. Жесткая позиция В.В. Путина в ходе того конфликта крайне обеспокоила американский истеблишмент, что неоднократно подчеркивалось и самой Олбрайт, и послом США в России Дж. Коллинзом.

В период открытого военного конфликта в Чечне, частично совпавшего с президентской избирательной кампанией в России, американские агенты влияния активизировали собственную деятельность по дискредитации имиджа Путина через ряд СМИ и НКО: в первую очередь имеются в виду «Новая Газета», аффилированная с фондом «Открытое общество» Дж. Сороса, «Радио Свобода», открыто финансируемое Конгрессом США, и военно-историческое общество «Мемориал», финансируемое рядом зарубежных правозащитных организаций и дипломатических ведомств. На рубеже веков российское внутреннее политическое пространство являлось, пожалуй, наиболее уязвимым для оказания на него воздействия различными агентами влияния. Многочисленные НКО, поддерживаемые частными, коммерческими, а зачастую и государственными структурами, аффилированными с США, оказывали существенное влияние на форми-

рование информационной и политической повестки дня в России, что не могло не сказаться на информационном освещении избирательной кампании 2000 года.

Для оказания непосредственного влияния на электорат американским дипломатическим ведомством применялся метод «народной дипломатии», смысл которого заключался в создании психологически доверительного восприятия американских дипломатических работников у граждан России за счет неформального и непосредственного общения с населением. Представители американской дипломатической миссии во главе с послом США в России Дж. Коллинзом посещали значимые культурные, спортивные и экономические события в регионах, организовывали встречи как с простыми людьми, так и с представителями региональных экономических, финансовых и промышленных элит. Именно США в ходе предвыборной кампании 2000 года стали первопроходцами в области оказания информационно-психологического воздействия на население России путем организации непосредственного сетевого общения через Интернет: в рамках проекта посольства США «Гармония» советник по культуре осуществлял регулярное общение с заинтересованными гражданами России не только на политическую, но и бытовую проблематику. Очевидно, что главной целью подобного информационного воздействия являлось создание механизмов горизонтальной коммуникации с населением России для последующего управления мнением.

В ходе президентской предвыборной кампании в России в 2000 году политическое вмешательство США, с одной стороны, не имело конкретных целей, так как внеочередные выборы в России и основной кандидат стали полной неожиданностью для Государственного департамента, а, с другой стороны, именно в ходе данных выборов американцам удалось опробовать новые методы оказания информационного влияния на граждан России, связанные с распространением глобальной Сети.

## **Выборы Президента России 2004 года**

Президентская кампания в России 2004 года характеризуется продолжением применения латентных способов информационно-психологического воздействия на российский электорат, политические элиты и политических лидеров со стороны американских агентов влияния. Существенное ограничение непосредственного доступа к информационному пространству России для напрямую аффилированных с США субъектов воздействия отчасти подтолкнуло их к переносу информационной кампании, направленной на дискредитацию В.В. Путина, из внутреннего информационного поля во внешнее. 2004 год следует считать своеобразной точкой отсчета в трансформации образа Путина и российской политической элиты в за-

падных СМИ. Кампания по формированию негативного имиджа российской власти в сознании населения других стран, в особенности граждан государств СНГ, активно начатая американскими медиа именно в тот период, продолжается и по сей день.

Цели, преследуемые данной информационной кампанией, можно разделить на несколько групп: во-первых, попытки оказания давления на высокопоставленных чиновников с целью влияния на принятие политических решений; во-вторых, разобщение политической и финансовой элиты путем запугивания последней усилением власти, а также создания ее негативного делового имиджа за рубежом; в-третьих, информационно-психологическое воздействие на российских избирателей за счет негативного международного фона.

Практически все эти методы и механизмы применялись США в отношении информационного пространства тех стран, в которых в дальнейшем использовались технологии «цветных революций». Это доказывает, что американское правительство впервые задумалось о применении подобных технологий в отношении России еще в 2004 году, после подтверждения Президентом Путиным независимого курса страны. Существенный негативный фон в зарубежных СМИ был создан вокруг так называемого «дела ЮКОСА». Данный информационный повод использовался агентами американского влияния как во внешнем, так и во внутреннем поле России (запугивание представителей финансовой элиты).

Тем не менее, анализ политического вмешательства США в ходе шести президентских кампаний в России показывает, что кампания 2004 года характеризуется наименьшей степенью активности различных информационных субъектов, что объясняется рядом объективных и субъективных причин. Во-первых, сложное внутривнутриполитическое положение в ходе собственной президентской кампании администрации Дж. Буша-мл., погрязшей в войне в Ираке, требовало от нее крайне осторожной внешнеполитической риторики в отношении значимых субъектов международных отношений. Во-вторых, организация «цветных революций» требует значительных финансовых затрат, применение подобных технологий в России в период выборов Президента России 2004 года обошлось бы американскому бюджету значительно дороже, чем за полгода до этого в Грузии или полгода спустя на Украине.

*Президентская кампания в России 2004 года характеризуется постепенной апробацией на российской почве американскими агентами влияния тех методов и технологий, которые в дальнейшем будут применены в ходе парламентских выборов 2011 года и президентских выборов 2012 года. Также 2004 год следует считать точкой отсчета для негативной информационной кампании, направленной на аудиторию США, стран ЕС и СНГ, по дискредитации имиджа Президента России и ее высшего политического руководства.*

## Выборы Президента России 2008 года

Информационная кампания, организованная агентами влияния США, в отношении выборов Президента России в 2008 году с самого начала носила совершенно иной характер по сравнению с двумя предыдущими электоральными циклами. Смена парадигмы отличалась тем, что речь шла уже не о дискредитации конкретного кандидата на пост президента, а о дискредитации самого политического института выборов как ключевой составляющей политической системы в целом.

С данной целью, еще начиная с 2004 года, к субъектам имиджевого воздействия на политическую власть в России подключились так называемые рейтинговые агентства, аффилированные с различными политическими и околонучными политологическими кругами в США. В 2004 году Freedom House впервые с 1989 году причислил Россию к числу «несвободных стран», что наглядно продемонстрировало окончательную трансформацию ориентации американской политической элиты в отношении России. В 2004–2008 годах Freedom House и Transparency International продолжили понижение позиции России в индексах свободы и восприятия коррупции, несмотря на сомнительную методику, имеющих негативный информационный шлейф.

В практическом плане стратегия дискредитации самих президентских выборов в 2008 году в России проявилось в отказе представителей ОБСЕ от мониторинга избирательной кампании и организации выборного процесса. Таким образом, выборы могли быть в любой момент объявлены несоответствующими международным стандартам без конкретных зафиксированных нарушений. А в глазах мирового сообщества формировалась бы установка на негативное восприятие политической системы и политического процесса России в целом. Подобная же психологическая установка восприятия была нацелена и на внутрироссийскую аудиторию и формировалась методом показательного отмежевания «демократического сообщества» от России.

В целом политическая информационная кампания, организованная США по поводу выборов 2008 года, скорее служила собственным американским внутривнутриполитическим интересам, чем продвижению интересов аффилированных с США политических лидеров в России. *Во-первых, в 2008 году стало очевидным, что проблематика России становится своеобразной «разменной монетой» во внутривнутриполитическом дискурсе между Республиканской и Демократической партиями США наряду с международным терроризмом и внутренним государственным долгом. Данная тенденция отчетливо проявилась в рамках президентской гонки 2008 года между Б. Обамой и М. Ромни. Во-вторых, информационная кампания по дискредитации выборов в России была явно нацелена на аудиторию и политические элиты государств-членов ЕС. Задача данной кампании заклю-*

*чалась в размежевании интересов российских и европейских политических, финансовых и промышленных кругов с целью дальнейшего усиления влияния США на внутриевропейские дела и превентивное ослабление российских позиций на рынках Европы.*

## **Выборы Президента России 2012 года**

Широкомасштабную информационную кампанию по дискредитации парламентских и президентских выборов в России 2011–2012 годов и негативизации имиджа В.В. Путина и российской политической элиты как внутри страны, так и за рубежом следует рассматривать в качестве единой системы мер, предпринятых американскими агентами прямого вмешательства в электоральные процессы в России. Во-первых, данная кампания являлась стратегической, то есть носила запланированный, системный и четко структурированный характер. Имеется ряд оснований утверждать, что ее подготовка началась задолго до старта самого избирательного процесса. Во-вторых, она носила явную сформулированную цель смены политического режима в России, что подтверждается применением в ходе кампании практически всего спектра технологий «цветных революций».

При проведении анализа вмешательства США в выборы в России целесообразно выделить ряд стратегических направлений, которые требуют самостоятельного анализа. В первую очередь, в 2008–2012 годах американским агентам влияния за счет предоставления финансовых и кадровых ресурсов удалось сформировать относительно организованные оппозиционные силы в России. Параллельно проводилось разведывание и проработка российского внутривнутриполитического поля и целевой аудитории информационного воздействия за счет широкомасштабного применения сетевых политических технологий и продолжалась целенаправленная информационная кампания по дальнейшей дискредитации политической системы в России в глазах международного сообщества.

Беспрецедентный характер вмешательства подтверждается официальными данными Государственного департамента США: в 2009–2012 годах американское правительство потратило «на развитие демократии в России» свыше 200 млн долларов. Большая часть этих ресурсов была направлена на формирование и поддержку активистов и информационных ресурсов в России: ассоциации «Голос», движений «Солидарность» и «Оборона», телеканала «Дождь», фонда «Образ будущего» и других.

Анализируя процесс поэтапной организации оппозиционных сил в России в 2008–2012 годах, выделим ряд важных событий, демонстрирующих постепенный переход кампании политического вмешательства США в электоральный процесс в России из латентной (подготовительной) в открытую стадию. В декабре 2008 года Г. Каспаровым, Б. Немцовым и И. Яшиным

было организовано движение «Солидарность», одной из уставных целей которого была организация поведения акций протестов. Летом 2009 года состоялось первое выступление движения «Стратегия-31», деятельность которого следует считать своеобразной апробацией протестных методов в Москве и крупных городах России. В рамках подготовки информационного фона для активизации протестных действий в 2010 году был создан телеканал «Дождь», с самого начала частично финансирувавшийся через американский Совет управляющих по вопросам вещания. Параллельно с этими событиями в социальных сетях Facebook и Вконтакте начали появляться оппозиционные публичные страницы и группы, открыто призывающие к протестным действиям.

В 2011 году А. Навальный организовал проекты «РосПил» и «РосЯма», которые служили своеобразной платформой политической активизации потенциально оппозиционно настроенных граждан через апелляцию к бытовым проблемам и недовольству местными властями. Таким образом к концу 2011 года американцам удалось сформировать в России целую информационно-коммуникативную инфраструктуру, имевшую достаточно четкую иерархию, собственные финансовые, кадровые, организационные и информационные ресурсы и позволявшую в кратчайшие сроки мобилизовать и активизировать протестный электорат.

Среди стратегий, использовавшихся в ходе политического вмешательства в электоральный и политический процесс в России в 2011–2012 годах, следует выделить следующие:

1. Ставка на сетевую коммуникацию (Вконтакте, Facebook, Twitter) и, как следствие, крупные города и молодежную аудиторию.
2. Ориентация на уже популярных и сделавших себе имя оппозиционных лидеров общественного мнения (А. Навальный, Б. Немцов, И. Яшин, С. Удальцов и др.).
3. Ставка на стихийность политических протестов и их возрастающую радикализацию.
4. Подмена понятий: трансформация бытовых проблем населения, связанных с социальной сферой, здравоохранением, образованием и так далее в политико-идеологическое русло.
5. Использование глобальных медиа-ресурсов (CNN, Fox News, BBC, «Голос Америки», «Радио Свобода» и др.) для создания у протестующих психологического ощущения единства со всем демократическим миром.
6. «Народная дипломатия»: неприкрытая поддержка деятельности протестующих по линии дипломатического ведомства США за счет прямого участия представителей дипломатической миссии в протестных событиях («печеньки»).

Параллельно с кампанией по активизации протестов в 2011–2012 годах проводилась кампания по дискредитации грядущих парламентских

и президентских выборов в России и их итогов. Здесь следует упомянуть о двух наиболее активных общественных организациях в данный период времени: ассоциация «Голос» и некоммерческая организация «РосВыборы». Ассоциация «Голос», аффилированная с USAID, содействовала формированию негативного информационного фона вокруг выборов 2011–2012 годов за счет публикации информации — как проверенной, так непроверенной, — о незначительных нарушениях процедур. Данная организация стала главным поставщиком информационных поводов о фальсификациях на парламентских выборах задолго до самих выборов, что подтверждает гипотезу о предварительной целенаправленной обработке информационного фона в России для последующей организации политических протестов. Организация «РосВыборы», созданная А. Навальным в начале 2012 года, имела конкретную цель: организация кампании по дискредитации президентских выборов в России путем сопоставления их в сознании целевой аудитории с только что прошедшими парламентскими выборами и формирования негативных установок.

Информационная кампания по дискредитации парламентских и президентских выборов в России и формированию негативного фона их восприятия, проводившаяся в США и странах ЕС, также была организована задолго до момента старта избирательных кампаний и во многом являлась продолжением заявленного еще в 2004 году внешнеполитического дискурса США в отношении России и В.В. Путина. Нововведения стратегического и технического характера в ней фактически отсутствовали. Однако отметим, что параллельное применение внутреннего и внешнего информационно-психологического влияния на политическую элиту в России имело своей целью ее деморализацию и создание психологического ощущения полного отсутствия поддержки как внутри собственной страны, так и за ее пределами.

*Информационная кампания по вмешательству в выборы Президента России в 2012 году носила глобальный, целевой и стратегический характер. Информационное воздействие на российский электорат и политические элиты осуществлялось на внутриполитическом и внешнеполитическом информационном фронтах с применением различных диверсифицированных источников и ресурсов информационного влияния.*

## Выборы Президента России 2018 года

Провал попыток организации «цветной революции» в России в 2011–2012 годах<sup>7</sup>, а также уверенная победа В.В. Путина на выборах 2012 года

<sup>7</sup> См.: Что надо знать о «цветных революциях». Учебное пособие для студентов вузов / Т.В. Евгеньева, А.Б. Ананченко, М.В. Астахов и др. — МПГУ Москва, 2016.

наглядно продемонстрировали США несостоятельность применения традиционных технологий «экспорта революции» в современной России. Между тем, очевидно, что новая администрация в Вашингтоне не теряла надежды изменить внешнеполитический курс России и ослабить ее позиции по итогам предстоящих в марте 2018 года президентских выборов. Об этом, в частности свидетельствуют и настойчивые заявления тогдашнего главы ЦРУ М. Помпео, призванные оправдать в глазах американской и мировой общественности вмешательство в выборы в России. В интервью ВВС он заявил, что Китай и Россия представляют опасность для США, что он не видит «снижения их активности» во внешней политике и заявил о риске вмешательства извне в промежуточные выборы в Конгресс и Сенат США.

При оценке рисков вмешательства США нужно понимать, что за последние годы администрацией Б. Обамы при непосредственном контроле главы Государственного Департамента США Х. Клинтон с учетом уроков 2011–2012 годов были приняты на вооружение ряд нововведений методологического характера, что прослеживается на основании информационных войн в ходе выборов в Государственную Думу в 2016 году:

1. *Метод раскола (растаскивания) элит.* Осознав малую вероятность организации в России «революции снизу», США решили вновь вернуться к непосредственному воздействию на политическую элиту России «сверху». Этой цели служат различные регулярно пополняемые «санкционные списки». Опубликованный 30 января 2018 года Минфином США «Кремлевский доклад», содержащий перечень из 214 российских политиков и бизнесменов, был запланирован с расчетом на то, чтобы повлиять на настроения в России накануне президентских выборов. Одновременно с «Кремлевским докладом» с очередным заявлением выступил Г. Родченков, обвинивший действующего Президента России в реализации так называемое «допинговой программы». Заявление Родченкова — очередной каскад операции информационной войны, призванной, если еще раз использовать американскую терминологию, затянуть «петлю анаконды».

2. *«Нивелирование значимых достижений».* В качестве мишеней для формирования негативных информационных поводов в восприятии целевой аудитории были выбраны Всемирная олимпиада в Сочи 2014 года и события, связанные с воссоединением Крыма с Россией. Подрыв значимости «Олимпийских игр» обеспечивался колоссальной информационной кампанией, состоящей из последовательного ряда информационных атак, посвященных «разоблачениям» якобы существовавшей государственной поддержки допинговой системы в России. Логическая линия антикрымской кампании, нацеленной на российского избирателя, формировалась за счет экономических санкций и их интерпретации для российского потребителя агентами влияния США.

3. *Метод снижения барьеров входа информации* — «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Начавшаяся на форумах и блоговых

платформах, достигнувшая своего пика в 2012 году на Facebook, в Twitter и Вконтакте протестная активность в российском сегменте Интернета в середине 2010-х годов, постепенно переместилась на YouTube. Данная тенденция частично связана с всевозрастающей популярностью видеоблогинга среди молодежной аудитории России, а также с пониманием внесистемной оппозицией и ее политтехнологами доминирования визуально-аудиального контента над печатным форматом в рамках агитационно-пропагандистской деятельности. Еще и с учетом того, что при просмотре меньше задействованы механизмы критической оценки достоверности информации, чем при ее прочтении.

4. Метод «загонной охоты», подразумевающий негативизацию имиджа действующего президента опосредованно, то есть за счет негативных информационных кампаний, направленных на личную дискредитацию лиц из непосредственного профессионального окружения Президента. На это направлены, например, документальные ролики Навального «Он вам не Димон» и «Секс-охотница разоблачает взяточника». Подобные информационные атаки, как правило, усиливаются и становятся менее достоверными с приближением дня голосования, сокращением срока критической оценки и ответа.

Смена политического курса в США, связанная с избранием на пост президента кандидата от республиканской партии Д. Трампа в ноябре 2017 года, привела к традиционной при смене администрации дезорганизации информационной кампании США против России по линии Государственного департамента и дипломатической миссии. Между тем в последнем выступлении перед Конгрессом в конце января Трамп дал четкий сигнал на атаку, назвав Россию одним из ключевых соперников наравне с Китаем и «странами-изгоями». Так что политическое вмешательство в президентские выборы в России американскими агентами влияния продолжилась, по крайней мере, по линии Конгресса и аффилированных с ним общественных организаций и информационных ресурсов, а также партийных институтов, несмотря на довольно спокойное в целом течение президентской кампании 2018 года.

### Список литературы

1. Внешняя политика России в условиях глобальной неопределенности: монография / под ред. П. А. Цыганкова. — М.: Издательство «Русайнс», 2015. — 280 с. ISBN 978-5-4365-0454-4 DOI 10.15216/978-5-4365-0454-4.
2. Гибридные войны в хаотизирующемся мире XXI века / Под редакцией П. А. Цыганкова / В. А. Ачкасов, В. К. Белозеров, А. В. Будаев и др. — М.: Издательство Московского университета Москва, 2015. — 384 с.

3. Гришин В. И., О. А. Гришина, И. В. Яблочкина, А. П. Кошкин, А. И. Гушер, Манойло А. В., Бочарников И. В. Сирийский геополитический излом. Роль России в нейтрализации террористической угрозы ИГ / Под. ред. А. П. Кошкина. Вып. 4.— М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2015.— 68 с.
4. Мягкая сила в мировой политической динамике / И. А. Чихарев, О. В. Столетов, А. В. Будаев и др.— «Известия» Москва, 2015.— 207 с.
5. Роль технологий «мягкой силы» в информационном, ценностно-мировоззренческом и цивилизационном противоборстве / Академия военных наук, Научно-исследовательский центр проблем национальной безопасности, кафедра информационной аналитики и политических технологий МГТУ имени Н. Э. Баумана / Под общ. ред. И. В. Бочарникова.— М.: Изд-во «Экон-Информ», 2016.— 306 с.
6. Что надо знать о «цветных революциях». Учебное пособие для студентов вузов / Т. В. Евгеньева, А. Б. Ананченко, М. В. Астахов и др.— МПГУ Москва, 2016.— 136 с.